



FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

**Los Influencers y su situación tributaria en función a la renta  
peruana**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Abogado

**AUTOR:**

Paredes Sánchez, Marco Antonio (ORCID: 0000-0002-9623-0374)

**ASESORES:**

Mg. Saavedra Silva, Luz Aurora (ORCID: 0000-0002-1137-5479)

Mg. Yaipén Torres, Jorge José (ORCID: 0000-0003-3414-0928)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Política tributaria y Actos del Estado.

CHICLAYO - PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

Para Elvia y Pablo, mis padres; con todo el amor y cariño que les tengo y tendré por siempre.

## **Agradecimiento**

A todas las personas que colaboraron conmigo, en la realización de esta obra.

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	6
III. METODOLOGÍA .....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	17
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización .....	17
3.3. Escenario de estudio .....	18
3.4. Participantes .....	18
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	18
3.6. Procedimiento .....	19
3.7. Rigor científico .....	19
3.8. Método de análisis de datos .....	19
3.9. Aspectos éticos .....	20
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	21
V. CONCLUSIONES .....	39
VI. RECOMENDACIONES .....	40
VII. PROPUESTA... .....	41
REFERENCIAS .....	45
ANEXOS	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Determinar en qué régimen tributario deberían encajar las actividades de los Influencers.....	19
<b>Tabla 2.</b> Determinar si se necesita una Ley especial para este tipo de actividad y así poder definir, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies.....	22
<b>Tabla 3.</b> Determinar si es necesario modificar la ley del Impuesto a la Renta para considerar dentro de ella a esta nueva actividad.....	24
<b>Tabla 4.</b> Opinión acerca de lo argumentado en la RTF N° 009934-5-2017....	26
<b>Tabla 5.</b> Opinión acerca de lo argumentado en la RTF N° 009934-5-2017....	29

## RESUMEN

El tema de los influencers, es actual, y con elevado uso de la tecnología de las telecomunicaciones y las redes sociales, relacionado al tema de nuestra investigación.

El objetivo de nuestro estudio, es conocer la actual situación tributaria que los influencers tienen en el Perú; saber si sus ingresos, que se dan al ejercer esta actividad, debido al número de seguidores, o comercialización de productos, monetización de sus videos o por publicidad pagada; tiene en nuestro país, una debida aplicación tributaria a sus ingresos.

La metodología aplicada para alcanzar nuestro objetivo, tuvo como instrumento la Guía de Entrevistas, además de la Guía de Análisis Documental; pudiéndose comprobar a través de estos medios las interrogantes a nuestra investigación.

Se tuvo como resultados, que todos los entrevistados conocen del tema Influencers, y los medios en los que se desenvuelven; pero sin claridad a la hora de identificar un impuesto relacionado a su actividad.

Las recomendaciones se dirigen hacia las instituciones encargadas de emitir, controlar y recaudar, todo lo relacionado a los tributos, esperando que, con estas recomendaciones, se pueda controlar la actividad Influencers en nuestro País.

**Palabras clave:** Redes sociales, influencers, economía digital, tributación.

## **ABSTRACT**

The subject of influencers is current, and with a high use of telecommunications technology and social networks, related to the subject of our research.

The objective of our study is to know the current tax situation that influencers have in Peru; know if your income, which is given by exercising this activity, due to the number of followers, or product marketing, monetization of your videos or paid advertising; has in our country, a due tax application to its income.

The methodology applied to achieve our objective, had as an instrument the Interview Guide, in addition to the Documentary Analysis Guide; being able to verify through these means the questions to our investigation.

The results were that all the interviewees know about the Influencers topic, and the media in which they operate; but without clarity when identifying a tax related to their activity.

The recommendations are directed towards the institutions in charge of issuing, controlling and collecting everything related to taxes, hoping that, with these recommendations, the activity of Influencers in our Country can be controlled.

Keywords: Social networks, influencers, digital economy, taxation.

## I. INTRODUCCIÓN

En estos últimos años, la tecnología ha evolucionado en todos los campos, en especial en la información, las comunicaciones, y especialmente las telecomunicaciones. Esto ha dado paso a nuevas tecnologías, como el internet, los smartphones; también las redes sociales, y aplicaciones como antes el e-mail, Yahoo, y en estos últimos años wasap, Telegram, en fin, un mundo nuevo, en donde las telecomunicaciones y la información acortan distancias y nos unen de una forma más rápida y sencilla. Utilizamos a diario las llamadas aplicaciones que ha creado dependencia, y que sería imposible prescindir de ellas.

Y es el internet, que poco a poco ha ocupado un espacio en cada hogar, tanto así que en estos días la gran mayoría de ellos, no carece de una instalación de internet en casa. Y es a través de él, en que usuarios de todo el mundo pueden comunicarse de forma rápida y fácil, en tiempo real, al punto, que contamos con internet en nuestros smartphones, laptops y medios digitales existentes. Por este medio, es que en los últimos años ha aparecido un fenómeno que influencia en gran parte de la población mundial, internacional, nacional o local; son los llamados: Influencers (según la Real Academia Española, este término es un “anglismo” destinado a la persona que tiene influencia sobre otras usando como medio las redes sociales) en donde están, en sí, los youtubers, los tiktokers, los instagramers y otros.

Estos, posiblemente llamados comunicadores sociales, son, el mayor pasatiempo de la mayoría de los consumidores de internet; cuyo contenido es consumido por los usuarios, creando en ellos una fidelización, continua y prolongada. Los consumen en todos lados, en todo lugar y a toda hora, y es tanta la variedad de influencers, que los hay de todo tipo, siendo una gran atracción para sus seguidores; esto obliga a que ellos elaboren contenido a diario, para satisfacer la demanda de sus seguidores, creando alguna forma de dependencia, por sus producciones, y que gozan de un alto grado de credibilidad e influencia en ellos.

Esto ha hecho que, muchas empresas fabricantes de productos, los contacten, y busquen a los más reconocidos para asociarse con ellos, y de esta manera publicitar sus productos. mediante el uso de sus contenidos y la

credibilidad e influencia que ejercen sobre sus seguidores. Grandes marcas han encontrado por este medio el modo de llegar a incrementar sus ventas, ahora que mundo digital se ha visto impulsado en su uso por la pandemia del covid-19.

Esto ha motivado que logren obtener buenos ingresos por estos convenios, en donde dependiendo del número de seguidores, también depende el ingreso que obtienen. Hay influencers hasta con 139 millones de seguidores en el mundo y obtienen ingresos de entre 750,000 a 1'000,000 de dólares por post o publicidad.

En la región, el tema no es diferente, hay muchos jóvenes dedicados a esta actividad, y por publicidad obtienen ingresos de entre 1,800 a 15,000 dólares mensuales en promedio. Dependiendo esto, del número de seguidores que tengan, entonces teniendo en cuenta esta cantidad de ingresos generados por publicidad en sus canales digitales, es necesario considerar también la posibilidad de que ellos, como todo ciudadano contribuyan con aportar a la nación a través de una imposición tributaria, ya que dentro de los principios tributarios están los de igualdad y generalidad, siendo factible la idea de cobrarles impuestos por sus altos ingresos.

En Colombia, la DIAN, Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, está tratando de que los influencers colombianos paguen sus tributos, y para eso se ha realizado un trabajo de identificación de los más representativos, los cuales, muchos de ellos ya están pagando impuestos, pero solo de lo que declaran como ingresos, quedando una gran parte de su patrimonio sin declarar, creándose allí un problema para la DIAN, que tendrá como uno de sus objetivos determinar el total del patrimonio de estos influencers.

En México, el SAT, Servicio de Administración Tributaria, identifica a todos los potenciales influencers debido a que sus pagos por publicidad, son depositados a una cuenta bancaria, lo cual facilita su fácil ubicación y el poder ser citado para hacerle saber que tiene la obligación de declarar sus ingresos y consecuente pago. En este país que durante años fue pionero de los influencers latinoamericanos, se puede rastrear la huella que ellos han dejado hasta hace 10 años.

En Argentina, la AFIP, Administración Federal de Ingresos Públicos, tiene ya como proyecto una ley que afecte a los influencers argentinos, algo que en otros países no tienen, entonces se trata de dar una ley que regule por ejemplo la categoría de los influencers, sus niveles de ingresos, en fin el objetivo es regular la cuestión legal e impositiva de aquellos que obtienen ingresos por publicidad en sus redes, esta medida apunta para aquellos que tiene por lo menos 2 años de actividad en la Argentina.

En Chile, el SII, Servicio de Impuestos Internos, piensa establecer un marco regulatorio para esta actividad, que como todos también tiene la obligación de tributar, considerando que es una actividad independiente, tal como lo hacen otros profesionales, y obtienen ingresos por los cuales tienen que responder tributariamente, considerando que les correspondería ser consideradas como rentas de profesionales independientes.

En el Perú, se viene discutiendo la idea sobre cómo pueden estos potenciales contribuyentes aportar a la caja nacional, ya que en el país también se cuenta con un gran número de influencers, calculándose en una cantidad de más de 70,000 influencers en la actualidad; que al igual que en el resto del mundo, también obtienen ingresos producto de la publicidad en sus canales virtuales, a pedido de empresas nacionales y en algunos casos internacionales; ya obtienen ingresos, y muy significativos.

Es en este contexto que una RTF N° 09934-5-2017, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal, es este hecho el único antecedente con que se cuenta hasta ahora, para poder decir que en el Perú las actividades de los influencers pueden ser calificadas como rentas empresariales y por lo tanto susceptibles de que sean afectadas por un impuesto que la Administración Tributaria aplique a sus actividades, e ingresos para que así, también ellos puedan aportar.

Ante esta problemática, queremos llegar a plantearnos, como problema principal de esta investigación: ¿Cuál es la situación tributaria de los influencers en función a la renta peruana?

Y como problemas secundarios:

¿En qué régimen tributario deberían encajar las actividades de los influencers?

¿Se necesita necesariamente una Ley especial para este tipo de actividad y así poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies?

¿Es necesario modificar el Impuesto a la Renta para considerarla una nueva actividad gravable?

La justificación a esta investigación nos lleva a preguntarnos el por qué y también el para qué, de su necesidad, preguntas que responderemos en las siguientes líneas:

El porqué de esta investigación, está en que la tecnología ha evolucionado tanto estos últimos (digamos para ser generoso con nuestro calculo temporal y con la investigación) 15 años, que ha hecho que aparezcan muchos nuevos artículos y artefactos que el mundo utiliza y sin los cuales no podríamos tener una vida normal, y que ya son parte de nuestras vidas, y no podemos despegarnos de ellas; bien, una de estas nuevas apariciones de tecnología, es la internet, actualmente en la mayoría de los hogares. Con la aparición de este nuevo invento, aparecen las primeras redes sociales, exactamente en la década de los 2000, y de allí para adelante se produce un desarrollo abismal de las mismas, con la consecuente aparición de los llamados Influencers.

Entonces, estos jóvenes, que al principio hicieron esto por ansias de conocimiento, y porque no, también por diversión; en la actualidad tienen altos ingresos diarios, semanales o mensuales de miles y hasta a veces de cientos de miles, de dólares, producto del patrocinio que tienen de empresas y compañías de fama mundial, y que hace que sus cuentas bancarias sean de considerable valor monetario. Es aquí que esta realidad también toca al Perú, donde hay un buen número de estos jóvenes dedicados a esta lucrativa actividad, y tributariamente estas actividades no son detectadas, y entonces estos ingresos en su mayoría de las veces no son considerados para efecto de aplicación de algún impuesto.

El para que, de esta investigación, estaría que serviría de aporte a futuras investigaciones, porque el tema del cual tomamos investigación, tiene una fuente de inimaginable evolución y enorme potencial, la cual la hace susceptible a cambios constantes. También, está centrada en el momento actual que tiene el desempeño de ser un Influencers en Perú y también a nivel mundial; y la necesidad de reglamentar su desenvolvimiento en la actividad empresarial del mercado laboral y como consecuencia de ello, su respectiva aportación a la recaudación que la administración tributaria realiza de todos los empresarios que en el país desempeñan una actividad lucrativa.

No solo se da en nuestro país, el hecho de que esta actividad, no tiene una reglamentación ni un procedimiento especial para que pueda aportar tributariamente al fisco, esto no solo se presenta aquí sino en otras latitudes, es un problema mundial, la falta de una adecuada tributación a este sector, que es nuevo, novedoso, y que cuenta con un potencial inimaginable, aun no explotado, dentro de actividades que no son debidamente controladas y que producen gran cantidad de dinero. En algunos países europeos, a pesar del avance que tienen administrativamente sus instituciones gubernamentales, aun no reglamentan adecuadamente este tema, recién lo están tomando en cuenta.

Es un tema de mucha importancia, aun no conocemos su real dimensión, pues desconocemos de su procedimiento como actividad, pero hay que indicar que una actividad que ha hecho millonario a muchos jóvenes, algunos de ellos menores de edad, y en algunos casos, niños, que cuentan ya con gruesas cuentas bancarias a sus cortos años.

Ahora, la investigación nos lleva a establecer como objetivo general: Conocer la situación tributaria de los Influencers en función a la renta peruana.

Y como objetivos específicos: i) Determinar en qué régimen tributario deberían encajar las actividades de los influencers, ii) Determinar si se necesita una Ley especial para este tipo de actividad y así poder definir, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, iii) Determinar si es necesario modificar la ley del Impuesto a la Renta para considerar dentro de ella a esta nueva actividad, iv) Promover propuesta legislativa.

## II. MARCO TEÓRICO

Abidin, et al (2020), en el artículo “*Una revisión de las regulaciones formales e informales en la industria de influenciadores nórdicos*”, publicada en la “Revista Nordica de Estudios de Medios”, de la Universidad de Aalborg, Dinamarca; los autores tienen como objetivo de investigación, realizar una revisión sistemática de leyes, pautas y llegar a mejores prácticas relacionadas con la industria de influenciadores nórdicos a partir del año 2020.

“Las leyes fiscales para los influencers nórdicos aún están en desarrollo, pero actualmente requieren que las regulaciones y definiciones se presenten en formatos claros, no expertos que sean accesibles al público en general. (...) Los influencers nórdicos deben revelar los obsequios no monetarios en su declaración de impuestos. En los cuatro países nórdicos estudiados, los obsequios o bienes de valor que recibieron los influencers, ya sean solicitados o no, deben declararse como ingresos”. (pp. 75-76)

Los Investigadores realizan una investigación documentaria para llevar a cabo su investigación; destacando algunas diferencias entre los países nórdicos: Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia, a través de documentos de políticas disponibles públicamente, documentos corporativos. concluyen que Además de las leyes gubernamentales y las regulaciones del defensor del pueblo, varias entidades de la industria han tomado la iniciativa de estandarizar aún más las mejores prácticas en la industria de influenciadores nórdicos. (pp. 71-83)

Sung & Umar (2020), en el artículo de su autoría “*Una nueva industria y base impositiva para gravar los deportes electrónicos en Indonesia*”, estos investigadores pertenecientes al Departamento de Derecho Financiero y Económico de la universidad de Asia, Taiwán, nos dicen en el punto 3.3 lo siguiente:

“Gravar los deportes electrónicos puede ayudar al gobierno a cumplir fácilmente los objetivos de ingresos fiscales anuales y aliviar la carga del déficit fiscal de Indonesia. Sin embargo, la legislación actual en Indonesia no es suficiente para abordar el problema de la fiscalidad de los deportes electrónicos”. (p. 155)

Los autores de este artículo, tienen la intención de presentar la situación actual de los deportes electrónicos en Indonesia, tomando en cuenta el potencial que estos tienen, y poder recaudar impuestos, de esta actividad de reciente creación, ampliando así la base tributaria. El tipo de investigación utilizada, es la investigación jurídica normativa o doctrinal que utiliza el derecho como fundamento de la norma. La población de esta investigación son los gamers de Indonesia, más o menos 43'700,000 jugadores. Esta investigación utiliza el enfoque legal, que nos lleva a utilizar la legislación para realizar la investigación.

Las conclusiones a las que se arribó son; tener una nueva base impositiva para aumentar el presupuesto fiscal y resolver el déficit presupuestario estatal; además, con el desarrollo de la tecnología, Indonesia debería revisar la ley fiscal actual o seguir a los países desarrollados para tener una ley diseñada específicamente para gravar los deportes electrónicos y la economía electrónica. (pp. 147-165)

Para Pälkäs (2020), en su tesis "*Un podcast sobre la fiscalidad de los influyentes de las redes sociales*", en la universidad Haaga-Helia University of Applied Sciences, Finlandia, tesis de licenciatura para obtener el grado de Negocios Internacionales Globba, nos dice:

"No existe una legislación fiscal separada para SMI (Influenciador de redes sociales). Por eso la tributación de la renta depende del tipo de actividad que realice SMI. Por ejemplo, si el SMI es un empleado o un emprendedor. Hay varios flujos de ingresos además del salario, que están sujetos a impuestos para SMI. El dinero recibido de la cooperación comercial es fácil de entender como una renta imponible. Sin embargo, los productos recibidos, beneficios, descuentos, tarjetas de regalo, vacaciones y boletos de entrada para eventos de cooperaciones comerciales están sujetos a impuestos". (pp. 11-12)

El objetivo del autor es crear un Podcasts de cuatro episodios sobre el tema de la fiscalidad. El Podcast ayudará a los SMI a comprender los impuestos, los ingresos y los gastos deducibles. Los Podcasts ayudan a las SMI a comprender el significado de la forma de la empresa y el impuesto al valor agregado. El instrumento empleado en esta investigación es la encuesta, y esta tesis se centra

en las PYME finlandesas y su fiscalidad. Las conclusiones a las que llega el autor son, que Instagram es el canal más popular para influenciar; y que fijar una situación fiscal fue difícil de expresar en la encuesta; los que respondieron a la encuesta sintieron que influenciar es más un pasatiempo que una profesión.

Estos fueron los resultados de la herramienta aplicada para conseguir el objetivo buscado en esta investigación, así como conocer y entender este nuevo campo de actividad empresarial, que requiere de una nueva filosofía tributaria que ocupe cada una de las nuevas opciones que a esta actividad le corresponden y que a futuro aparecerán nuevas y más opciones.

Anggadha & Rosdiana, (2020), en su artículo "*Análisis de los esfuerzos para aumentar los impuestos sobre la renta de los influyentes de las redes sociales en las actividades de patrocinio*", publicado en la Revista Jurnal Administrasi Publik, Indonesia, nos dicen:

"El potencial de ingresos de las actividades publicitarias publicadas a través del ciberespacio es enorme. Esta actividad publicitaria se puede distribuir en una amplia gama, desde doméstica hasta global. En materia fiscal, esta actividad genera ingresos económicos o ingresos adicionales, por lo que está sujeto a impuestos. (...) Pero hasta ahora, todavía falta el cumplimiento de los contribuyentes influyentes en las redes sociales".  
(pp.112-113)

Los autores tienen como objetivo, analizar los datos de la Dirección general de tributos, y aplicar un aumento en el impuesto a la renta a los influencers, en las actividades de patrocinio que ellos desarrollan como símbolos de marca publicitarias. Esta investigación aplicó el método cualitativo, y descriptivo, porque describe el esfuerzo de las instituciones encargadas de detectar y aplicar impuestos, Las técnicas empleadas fueron, entrevistas a colaboradores sobre el tema y el estudio y análisis de la literatura, utilizando técnicas de recopilación. Dentro de las conclusiones está, aumentar los esfuerzos por ampliar la base de datos de estos contribuyentes; comenzar la difusión de la normativa tributaria para el sector; y la supervisión en el cumplimiento de las obligaciones con la Dirección General de Tributos de Indonesia. (pp. 111-117)

Para Şekeroğlu & Bilgin (2019), nos dicen en “*Marketing de influencers y fiscalidad de influencers en Turquía*”, capítulo 9 del Libro “Nuevas Tendencias en Ciencias Sociales”, estos investigadores de la Universidad de Ankara, nos explican:

“Sin embargo, la situación de los influencers frente a la legislación fiscal no es tan clara. debido a la situación controvertida de estas personas y el atributo de sus ingresos están sujetos a esta discusión.(...) La solución es reconocer que los influencers operan de manera diferente en diferentes plataformas y generan ingresos de diferentes fuentes”. (p. 131)

Los autores tiene como objetivo, explicar el ambito de aplicación del impuesto a los ingresos que influencers turcos obtiene por sus actividades con el marketing; y describir la posibilidad de diferenciar las areas de actividad de ellos y asi aplicar el impuesto a la renta de acuerdo a su ingreso. El tipo de investigacion es de forma descriptiva, y se toma como muestra la informacion con que se cuenta de los influencers que actualmente se encuentran en turquia, ademas de tomar en cuenta la literatura nacional y extranjera.

La conclusion al a que llegan los investigadores es, que las instituciones relevantes tienen menester, continuana sus estudios legales para gravar con mucha precision los ingresos de estos nuevos y sorprendentes empresarios; y tam bien evitar la doble imposicion, debido a que muchos de los influencers dan servicio de patrocinio a clientes no domiciliados. (pp. 125-134)

En su tesis Romero Quezada (2020), “*La tributacion de las personas fisicas a traves de la prestacion de servicios en redes sociales*”, para optar el título de Magíster en Derecho Tributario, de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, de Republica Dominicana, en de sus párrafos dice:

“A través de la monetización de las redes sociales, las personas físicas están generando ingresos y ofreciendo servicios, que por obligación como ciudadano o contribuyentes debe de reportar ante la Administración Tributaria los mismos, sino podría ser considerado como elusión o evasión”. (p. 22)

La autora de la presente investigación tiene como objetivo desarrollar un sistema jurídico que grave la prestación de servicios de personas naturales a través de las redes sociales. El tipo de investigación de esta tesis, es del Tipo explicativo, por que se buscara determinar la aplicación de un metodo tributario a un grupo de personas que estan en un proceso de reconocimiento de una actividad aun no prevista en el procedimiento tributario.

La tecnica a emplear sera el analisis documental de la informacion, que tedra que ser veras y pertinente. Y las conclusion a la que arriba la investigacion, primero, que debe implementarse un departamento de fiscalizacion digital especializado en seguimiento de potenciales nuevos contribuyentes dentro de el mundo Influencer, tambien normar la actividad publicitaria a la que se dedican ya que ayudara a identificar a los posibles contribuyentes que opten por esa actividad, y iniciar una campañad de informacion para evitar alegar desconocimiento, y por ultimo utlizar las redes sociales como medio de educacion tributaria,

Según Perez-Caraza (2021), en el artículo “*Tributación de los influencers: normas tradicionales para nuevos y rentables modelos de negocio de las nuevas generaciones*”, de la revista española Cuadernos de Derecho y Comercio, asociado principal del área de fiscal del Despacho Cuatrecasas; sobre el tema dice:

“En consecuencia, las rentas obtenidas por los *influencers* se calificarán, como regla general, como rendimientos de actividades económicas a efectos del IRPF, integrándose en la base imponible general del impuesto y tributando conforme a la escala general de gravamen”. (p. 41)

El objetivo de su artículo, es analizar en primer lugar las características de los Influencers localmente en España y en el ámbito internacional. El tipo de investigación es descriptiva y de análisis de los resultados estadísticos, tomando como muestra la población de influencers existentes en España. Como conclusiones de la misma, llega a definir, que la actividad de Influencer, tiene, en materia tributaria, tiene diferentes fuentes de renta, y que puedan tener, por esta diversidad, deficiencias en la aplicación de un procedimiento tributario; siendo necesario, la implementación de un modelo; y una nueva regulación de las normas, que pueda hacer frente a estas nuevas actividades, que por lo visto,

difícilmente pueden ser fiscalizados con estrategias fiscales que fueron pensados para situaciones diferentes.

Para Lopez Alban (2019), en su artículo "*La tributación de influencers*", publicado en el Libro "*Derecho y Nuevas Tecnologías: El impacto de una nueva era*", la autora colombiana identifica la siguiente situación:

"Como advertí al inicio de este texto, en este contexto complejo de la economía digital; para efectos del derecho en general y del derecho tributario en particular, lo primero que habrá que considerar es como identificar y ubicar al *influencer*; así como también, entender los modelos de negocios que ejecuta y, concretamente, la forma en que monetiza sus actividades". (p. 353)

El artículo, tiene como objetivo conocer este mundo tecnológico que ha surgido producto de la tecnología, y que ha producido a los llamados Influencers, la intención es conocerlos y saber de sus actividades que cada día llegan a influir más en la población, especialmente joven. El tipo de investigación es de análisis de la documentación recolectada. Arrojando como conclusión de la investigación, que el Influencer producto de la intervención en los productos digitales, se convierte en punto de referencia del derecho tributario. Al igual, considera que el Influencers, en el contexto del comercio electrónico, debe tributar en el lugar de residencia del servidor.

Y en el contexto de la economía digital, considera que debe tributar en el lugar donde obtiene el mayor ingreso. Y como punto final considera que el Influencer, está expuesto a ser considerado como sujeto pasivo del impuesto en cualquiera de los estados descritos: residencia, fuente, o presencia económica significativa.. (pp. 345-356)

Para Chumán Rojas (2015), detalla en "*La ley del impuesto a la renta de personas naturales en el Perú y los principios constitucionales tributarios de capacidad contributiva y de igualdad*", tesis para obtener el grado académico de doctor en Derecho, de la Universidad Privada Antenor Orrego, realizada en la ciudad de Trujillo. Sobre la constitución, nos dice:

“Conforme al texto del artículo 74° de la Constitución, la potestad tributaria es la facultad que tiene el Estado para crear, modificar y suprimir tributos y establecer exoneraciones” (p. 25)

En esta tesis, el autor tiene como objetivo, analizar los principios constitucionales de capacidad contributiva y de igualdad. Como se sabe, en el país todos los ciudadanos tenemos la obligación de contribuir con los gastos que el Estado tiene, para cumplir su función de administrador de los fondos públicos. Estos principios, materia de análisis; abarcan ese tema, donde por el principio de igualdad todos tenemos la obligación de contribuir con el Estado; pero en ocasiones no todos los ciudadanos tienen, la misma capacidad económica; y es aquí que el principio de capacidad contributiva, logra que, cada ciudadano pueda aportar de acuerdo con los ingresos que obtienen producto de su trabajo y nivel de ingresos.

La presente investigación, es de tipo descriptiva, explicativa y correlacional; por que hará una descripción de los principios antes mencionados, explicando su aplicación y alcance y relacionando con sus conclusiones, la realidad materia de análisis.

La población la constituyen el total de contribuyentes que de acuerdo a la actividad, conforman la calidad de personas naturales; la muestra, esta compuesta por personas naturales, que están dentro del nivel de la primera, segunda y quinta categoría. El método utilizado fue la observación y análisis de la documentación recabada, conformada por la legislación vigente, doctrina. El instrumento, empleado para el desarrollo de la investigación; fue la interpretación de cuadros y gráficos.

Alva Matteucci (2017), abogado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, nos dice en el artículo “¿Qué tipo de renta genera un “influencer”?: A propósito de la RTF N° 09934-5-2017”, lo siguiente:

“Antes de seguir desarrollando el tema, debemos advertir que el pronunciamiento contenido en la RTF N° 09934-5-2017 solo resuelve un caso particular y no califica como jurisprudencia de observancia

obligatoria, bajo los alcances de lo dispuesto en el artículo 154 del Código Tributario”. (p. 7)

El objetivo de este artículo es la descripción de la repercusión que ha tenido la citada RTF, y determinar si las actividades de los Influencers califican como actividades de naturaleza empresarial. La investigación es de tipo descriptivo, pues nos da una descripción de la situación de los Influencers, en el Perú. Como muestra de la investigación, analiza el alcance de la citada RTF N° 09934-5-2017, Previo a eso, nos describe lo que son redes sociales, los influencers, sus seguidores o llamados “followers”, el tipo de influencers dando un rango de acuerdo al número de seguidores, para terminar con la parte más importante que es hablar del tipo de tributo que le corresponde pagar a los influencers.

Considera tres opciones para la contribución de los mismos, pero destacar que en su relato manifiesta que la administración tributaria, aun no obliga a los influencers a tributar, sino que hace un llamado a que lo hagan voluntariamente. También nos una comparación de otras realidades en otras latitudes, y analiza sus efectos.

Barrientos W. Díaz M. (2021), en su investigación *“Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana”*, tesis para obtener el Título Profesional de Derecho, en la provincia del Callao, nos describe la situación así:

“Según lo comentado por los entrevistados, sostienen que la aplicación del IGV en las plataformas digitales de entretenimiento afectaría al consumidor de este servicio, dado que la Ley del IGV menciona que este impuesto siempre es asumido por el consumidor final, debido a que es él, quien goza del uso del servicio y debe asumir el pago de dicho impuesto”.  
(p. 48)

Según los autores de la presente investigación, esta tubo un enfoque cualitativo, y es de tipo aplicada, siendo el objetivo principal, el establecer de que manera la aplicación del IGV, incide en las plataformas digitales de entretenimiento en Lima Metropolitana; suponiendo según los autores de la presente tesis, que la aplicación del referido impuesto aumentaría la recaudación, permitiendo que la

Sunat pueda fiscalizar las actividades de estos éntes, dandoles la debida seguridad juridica. Para la presente investigación los autores hicieron uso de la tecnica de observación, las entrevistas, la revision de documentos, y realización de reuniones, y otras actividades mas.

Tiene como instrumentos, la guia de observación , la matriz de categorias, la guia de analisis doctrinal, la ficha de analisis normativo, la ficha de analisis jurisprudencial, tambien la guia de entrevistas; para poder llevar a cabo una investigacion que garantice un alto grado de seriedad. Las conclusiones a la que llegaron en esta tesis, fue que ya que las plataformas de juego digitales llegan a consumidores finales por lo tanto si se puede aplicar el IGV, tambien se define que el IGV, se puede aplicar a los proveedores digitales no domiciliados.

Para Gallo C.(2018), en su tesis *“Influencers como estrategia de marketing en las mypes del sector moda de la ciudad de Chiclayo”*, investigación para optar el titulo profesional en licenciada en Artes & Diseño Gráfico Empresarial, de la Universidad Señor de Sipán, en la ciudad de Chiclayo, nos dice:

“En ese sentido, los lectores desarrollan una relación de cercanía y familiaridad con el bloggers, aunque basada en la admiración del usuario hacia el que publica. Las colaboraciones no sólo se limitan a las empresas perteneciente a la industria de la moda, sino que se amplían a otros sectores”.(p.14)

Esta Tesis, tiene a la actividad Influencers, como tema principal, y desenvolvimiento en el rubro de las modas, y sus resultados obtenidos con la aplicación del Marketing; siendo este punto su objetivo de estudio, identificando sus beneficios, describiendo sus características y analizando sus beneficios en el rubro de la moda, dentro del ambito de la ciudad de Chiclayo.

El tipo de estudio que se empleara en la presente investigacion, sera el Paradigma Naturalista, aplicado a cada una de las empresas que han sido escogidas para este estudio, y lo experimentado con el marketig como nueva estrategia de publicidad y aumento de las ventas.

Esta investigación tomara como población a las mypes dedicadas al rubro de modas en la ciudad de Chiclayo, y la muestra sera de 9 mypes, que ayudaran a conseguir los objetivos de la investigación. La tecnica empleada, sera la entrevista, para conocer a traves de preguntas la experiencia de cada entrevistado; el instrumento empleado, sera la Guía de Entrevista, para el analisis de los posteriores resultados.

Las conclusiones a la que arribo la presente investigación, es que con la incorporacion del marketing que brindan los Influencers a las mypes del sector moda de la ciudad de Chiclayo, los ingresos se han incrementado, al igual que las ventas, la oferta de compra, y las proformas en los pedidos por parte de usuarios, seguidores de los Influencers que colaboran para estos fines.

Según Trelles R.(2020), en su tesis *“Estudio exploratorio de los Influencers como Herramienta de Marketing para la decisión de compra de productos de maquillaje en la ciudad de Chiclayo-2018”*, investigación para optar el titulo de Licenciado en Administración de Empresas, de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, en la ciudad de Chiclayo; nos dice:

“El marketing de influencia consiste en identificar a los líderes de opinión que pueden ayudar a una marca a conectar de forma más natural y espontánea con su público objetivo a través de internet y las redes sociales”. (p.12)

Esta investigación tiene como objetivo, saber cual es el nivel de influencia que ejercen sobre los usuarios consumidores del rubro de productos de maquillaje en la ciudad de Chiclayo, los Influencers que con el uso de las redes sociales, promocionan y colaboran con la difución de esta linea de consumo. El enfoque de la presente investigación es Cualitativa, pues se basara en una realidad identificada; sera de tipo Basica, pues se dara uso a la recoleccion de datos e información, que sirva de soporte a la presente investigación.

La población, estuvo formada por un numero de diez colaboradoras, que tienen como factor comun, la costumbre de consumir productos de maquillaje, y que residan en la ciudad de Chiclayo; tambien de cinco Influencers, con buen numero de seguidores, y se tubo la colaboración de cuatro de la ciudad de Chiclayo y

uno de la ciudad de Trujillo. La técnica empleada en esta investigación, fue La entrevista, además del Focus group; ambas técnicas contaron con instrumentos adecuados a lograr el máximo aprovechamiento de las muestras, como son la Guía de entrevista, y la Guía de Focus group.

Esta investigación, tubo como resultados que los consumidores de estos productos, toman en cuenta los consejos, que les llegan a través de las redes y por medio de un Influencers.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación que se presenta en esta tesis, se ha realizado tomando un enfoque cualitativo, que permitirá que este propósito, se pueda concretar. Se utilizará la guía para análisis documental, además de la guía para análisis de entrevistas; para que luego del análisis de esta documentación se pueda aportar nuevo conocimiento a nuestro estudio.

**Tipo de investigación:** El tipo de investigación que se realizara será una de tipo básica, porque se buscará conseguir un nuevo conocimiento o incrementar el conocimiento ya existente, con la información que sistemáticamente se recopile.

**Diseño de investigación:** El diseño de nuestra investigación es la teoría fundamentada, porque todas las teorías recabadas han sido fundamentadas de los datos obtenidos en esta investigación.

#### 3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización: Las categorías que se han identificado en esta investigación son dos:

La primera referida al concepto “Influencers”, que es el personaje principal en esta investigación; que toma relevancia por su actividad y nivel de ingresos que obtiene, como consecuencia de ello. Además, se ha podido determinar, dos subcategorías, la primera “Credibilidad”, factor importante en relación con la aceptación que los influencers irradian sobre sus seguidores. Y una segunda subcategoría, que es “Simpatía”, que se relaciona con la fidelización que los seguidores adoptan al seguir continuamente con las emisiones que el influencers realiza, efecto, con lo que cuentan muchos de los influencers más exitosos de la actualidad.

La segunda categoría es “situación tributaria”, que es una condición que muchos ciudadanos tenemos, y que, con algunas diferencias, en

las que se consideran algunos factores como la actividad, el nivel de ingresos, y otros; y que todos los ciudadanos estamos obligados a cumplir al ejercer nuestro derecho constitucional de serlo.

En esta categoría, consideramos a tres subcategorías que son, “Impuesto a la renta”, que es el impuesto que grava los ingresos de todo ciudadano; “Rentas de primera categoría” que son rentas por actividades de alquiler y por último una tercera “Rentas de cuarta categoría”, que se da por los ingresos provenientes de la actividad individual.

Al considerar estas tres subcategorías, intentamos determinar cuál de ellas, es la más adecuada de aplicar a los mencionados influencers.

**3.3. Escenario de estudio:** La presente Investigación cualitativa, tiene como escenario la ciudad de Chiclayo, desde donde se recabará la información que servirá de base para esta investigación. Tomando en consideración, para el éxito de esta empresa elegir un buen ambiente para el óptimo desarrollo de la presente investigación que se lleva a cabo.

**3.4. Participantes:** La presente investigación cuenta con en el aporte de la tecnología y el Internet para la recolección de información, que son fuentes relativas al tema del cual se está investigando, además de la colaboración de algunas profesionales, que, por su experiencia, tienen de alguna manera conocimiento del tema, y de las redes sociales.

**3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:** Se ha recopilado información utilizando como métodos la búsqueda de información pertinente, empleando la observación, revisión de documentos, comparación y cruce de información, revisión de fuente doctrinal, revisión de fuente normativa, revisión de fuente jurisdiccional, utilizando para instrumentos de recolección de información, como son la guía de observación, la matriz de categorías,

guia de analisis doctrinal, guia de analisis normativo, guia de analisis jurisprudencial, y guia de entrevistas.

**3.6. Procedimientos:** Esta investigacion empieza con la observacion del problema, que de forma muy sutil, trae inconvenientes que pueden incrementarse si no es tratado con celeridad para beneficio de la recaudacion fiscal del pais. También se ha contado con la matriz de Categorizacion de variables, con la cual identificamos las variables y las subcategorias, para viabilizar la investigacion hacia lograr su meta.

Se identifco nuestro marco teorico, que aportara en la investigacion con las experiencias que de ellas se desprenden, para servir de guia hacia la obtencion de acercarse lo mas posible a la solucion de problema.

Se organizo la informacion, de forma que su secuencia ayude a comprender mejor al problema en investigacion, obtenidas de la revision documental, de las guia de observacion y guias normativas y jurisprudenciales; ademas de la guia de analisis documental y la guia de analisis de entrevista.

Se realizara el analisis de lo extraido y de la interpretacion de la informacion, para obtener respuesta al problema planteado, aplicando los instrumentos antes mencionados.

**3.7. Rigor científico:** Para garantizar el éxito de la investigacion, se aplicara control de calidad a la presente tarea, con el proposito que sea accesible, coherente y de facil comprension al leer sus notas donde se plasme los resultados de esta investigacion. Siendo asi, que la informacion empleada en la investigacion, sea fehaciente, real, verdadera, y confiable y con un alto grado de certeza.

**3.8. Metodo de analisis de la informacion:** Se llega a este punto, aplicando la guia de analisis de la documentacion, la guia de analisis de entrevistas, con

la cuales podremos comprender la realidad del problema en análisis, utilizando toda la información a nuestro alcance.

Se ha recogido información de otras realidades, como países de esta región y otro continente, para nutrir nuestra investigación.

**3.9. Aspectos éticos:** Esta investigación cuenta en primer lugar con la seriedad que toda investigación que quiera llegar a alcanzar la verdad, necesita. Se ha cuidado con todo cuidado de buscar la información más relevante y pertinente que pueda aportar a la misma.

Además, los medios que se han utilizado para proceder con la aplicación de los instrumentos han sido elaborados con mucha minuciosidad para el éxito de nuestra misión.

#### IV. RESULTADOS y DISCUSIÓN

**Tabla 1:** Objetivo específico 1: Determinar en qué régimen tributario deberían encajar las actividades de los influencers.

ENT.	PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>01</b> <b>N.N.</b></p>	<p>¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?</p> <p>¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?</p>	<p>Si</p> <p>Deben estar afecto es de renta de tercera categoría, sin embargo, se debe tener en cuenta a aquellos que recién empiecen sus labores como influencers y no sea de manera habitual estos estarían obligados a pagar el impuesto a la renta de cuarta categoría.</p>	<p>El entrevistado, tiene conocimiento del tema influencers, además considera un régimen tributario para estos supuestos contribuyentes, pero no define de manera concreta la transición entre un influencers que empieza y otro con experiencia.</p>
<p><b>02</b> <b>R.R.</b></p>	<p>¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?</p> <p>¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?</p>	<p>Si</p> <p>Deben encajar en renta de cuarta categoría, pero contando con diferentes criterios, respecto al tipo de actividad, si es frecuente y sus ingresos calzan con los montos establecidos.</p>	<p>La entrevistada, tiene conocimiento del tema, y considera que estos supuestos y potenciales contribuyentes, en su mayoría; deberían tributar en la cuarta categoría. Pero hace la salvedad, de que si ellos toman esta actividad como único medio para obtener ingresos deben estar en la tercera categoría. Entonces se tiene que considerar el volumen de ingresos para este fin, a criterio de la entrevistada.</p>

<p><b>03</b> <b>J.S.</b></p>	<p>¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?</p> <p>¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?</p>	<p>Han logrado un protagonismo muy importante en el Perú, pero no se han formalizado para realizar sus actividades y pagar sus impuestos.</p> <p>Corresponde a los Influencers pagar sus impuestos de acuerdo a la forma de organización.</p> <p>Si la actividad lo realizan de manera empresarial donde existe la relación, empleador trabajador, la renta que perciben es renta de 3era. Categoría</p>	<p>Para el entrevistado, el tema no es desconocido, teniendo conocimiento actual de la actividad, y de la actuacion de la sunat, en su afan por formalizar estas actividades.</p> <p>Considera que esta actividad se genera como actividad independiente, generadora de ingresos por cuarta categoría. Tambien toma en cuenta que el volumen y en algunos casos la vinculacion que tengan con manejo de personal a su cargo los hace, a su criterio ser considerados como actividad empresarial.</p>
<p><b>04</b> <b>J.V.Q</b></p>	<p>¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?</p> <p>¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?</p>	<p>Se observa que hay mucha evasión tributaria.</p> <p>Yo pienso que en el régimen tributario que debería encajar las actividades influencers, se calificaría como una renta de tercera categoría, para efectos del impuesto a la renta.</p>	<p>El entrevistado considera evasion, este tema.</p> <p>Al mismo tiempo considera que el regimen tributario adecuado a los influencers, debería ser el de tercera categoría</p>

## **RESULTADOS**

En relación con el primer objetivo específico de la presente investigación, sobre, en que régimen tributario deberían encajar las actividades de los influencers, y luego de ser consultados los expertos sobre el tema, la opinión y respuesta de ellos, es que todos si conocen lo que es un influencers; ahora, en cuanto al régimen en el que deberían estar por su actividad, todos ellos respondieron que les correspondería estar en el régimen del Impuesto a la renta de la tercera categoría. Además, hicieron una salvedad, la mayoría de ellos, en que se debe tomar en cuenta el tamaño de las actividades, opinando, que, a algunos, les correspondería estar en rentas de cuarta categoría, y a otros en rentas de primera categoría. Solo uno de los expertos opto directamente por rentas de tercera categoría.

**Tabla 2:** Objetivo específico 2: Determinar si se necesita una Ley especial para este tipo de actividad y así poder definir, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies.

ENT.	PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>01</b> <b>N.N.</b></p>	<p>¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?</p>	<p>Desde mi humilde óptica no es necesario una nueva ley especial, esta es una actividad que debe implementar la SUNAT donde defina, determina, e identifique los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies</p>	<p>El entrevistado no considera necesario crear una ley especial para el trato taxativo de los influencers,</p>
<p><b>02</b> <b>R.R.</b></p>	<p>¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?</p>	<p>Considero que no es necesario una nueva ley especial, teniendo en cuenta la naturaleza de la actividad que no es general, es decir no olvidemos, que existen auspicios, canjes, donaciones por publicidad que no se resume solo a ganancia en primer término</p>	<p>La entrevistada no considera necesario el dar una ley especial para este rubro; además, considera que las donaciones auspicios y canjes por motivos de la publicidad, no en todos los casos, tendrían que ver con ingresos, según su opinión.</p>
<p><b>03</b> <b>J.S.</b></p>	<p>¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos</p>	<p>No es necesario una Ley especial, por que generaría una dispersión de las normas tributarias, para poder definir, determinar y poder identificar los</p>	<p>No considera necesaria, la creación de una ley especial, pues para él, solo crearía más confusión con la aplicación de las leyes tributarias.</p>

	que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?	ingresos que perciben de los influencers,	
<b>04 J.V.Q.</b>	¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?	Si sería necesario una ley especial para este tipo de actividad, porque es necesario aplicarlo para que la totalidad de contribuyentes, tengan reglas claras.	Para el entrevistado, si sería necesario una ley especial para este tipo de actividad, porque es necesario aplicarlo para que la totalidad de contribuyentes, tengan reglas claras, según su opinión.

## RESULTADOS

En relación con el segundo objetivo específico de la presente investigación, sobre, determinar si se necesita una ley especial para este tipo de actividad y así poder definir, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, la mayoría de los expertos coincidieron que no era necesaria una ley especial; ya que, para ellos, las normas actuales, bastarían para el control tributario de esta actividad. Solo un experto considero necesaria una ley especial.

**Tabla 3:** Objetivo específico 3: Determinar si es necesario modificar la ley del Impuesto a la Renta para considerar dentro de ella a esta nueva actividad.

ENT.	PREGUNTA	RESPUESTA	ANALISIS
<p><b>01</b> <b>N.N.</b></p>	<p>¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?</p>	<p>De ser necesario modificar la Ley del Impuesto a la Renta, que permita definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, de los influencers.</p>	<p>Para el entrevistado, igualmente considera necesario modificar el código tributario para este fin, según su opinión.</p>
<p><b>02</b> <b>R.R</b></p>	<p>¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?</p>	<p>Considero que por ahí podría ser el manejo, para determinar de forma clara y precisa del cómo se generan los ingresos de los influencers.</p>	<p>Para ella modificar el código tributario pondría alguna solución a la problemática de este tema.</p>
<p><b>03</b> <b>J.S.</b></p>	<p>¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?</p>	<p>Si, eso es lo que corresponde, modificar la ley del impuesto a la renta, para que esté debidamente normando este tipo de actividades.</p>	<p>Para el entrevistado, modificar el código tributario, considerando esta actividad, a su criterio, solucionaría en parte esta problemática.</p>

<p style="text-align: center;"><b>04</b> <b>J.V.Q.</b></p>	<p>¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?</p>	<p>Si es necesario modificar la ley de impuesto a la renta que actualmente se aplica en el Perú, con la finalidad de adecuarlo a realidad tributaria que actualmente rige en el Perú.</p>	<p>Para el entrevistado, al mismo tiempo considera como necesaria una modificación de la ley del impuesto a la renta.</p>
--	--	---	---

## RESULTADOS

En relación al tercer objetivo específico de la presente investigación, sobre, determinar si es necesario modificar la ley del Impuesto a la Renta para considerar dentro de ella a esta nueva actividad; todos los expertos en mayoría absoluta, coincidieron que, si era necesaria una modificación a la ley del impuesto a la renta, y ser considerara en esta ley. Indicando que esta modificación, debería tener definidos los diferentes tipos de actividad influencers, para una adecuada modificatoria.

**Tabla 4:** Opinion aserca de lo argumentado en la RTF N° 009934-5-2017

<b>ENT.</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>ANALISIS</b>
<b>01 N.N.</b>	<p>Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?</p>	<p>Al respecto debemos tener en cuenta que las actividades que realizan los influencers se encuentran establecidas en un contrato, es ahí el punto de partida para establecer cuál es la renta que generas, para el caso en concreto existe un contrato donde se ha pactado actividades empresariales, por lo que los argumentos establecidos por el Tribunal Fiscal se ajustan a la Ley Tributaria.</p>	<p>Considera que la actuacion de la sunat es acertada y que actuo con criterio, al obligarlos a contribuir por sus ingresos generados; llevando este tema al tribuna fiscal, y se muestra de acuerdo con el fallo dado.</p>
<b>02 R.R.</b>	<p>Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?</p>	<p>Referente a la calificación de denotar como actividad empresarial, es claro que generan utilidades y cumplen con diversas cláusulas contractuales que demanda subir su contenido en redes sociales. Entonces podemos ver la congruencia en los argumentos del Tribunal Fiscal.</p>	<p>Considera valida la sentencia del tribunal fiscal, y de la misma manera, con la argumentacion que se da en la referida resolucion.</p>

<p><b>03</b> <b>J.S.</b></p>	<p>Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?</p>	<p>En cuanto a la RTF N° 09934-5-2017, el pronunciamiento contenido en dicha resolución solo resuelve un caso particular y no califica como jurisprudencia de observancia obligatoria, bajo los alcances de lo dispuesto del Art. 154 del Código tributario.</p>	<p>Hace incapie en el hecho de que el criterio del tribunal fiscal, no es de observancia obligatoria, por lo tanto no podría aplicarse siempre, o, a otros casos.</p>
<p><b>04</b> <b>J.V.Q.</b></p>	<p>Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?</p>	<p>Mi opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación: Lo que aquí la afectación tributaria permitirá identificar la renta como de tercera categoría, esta postura ha sido adoptada por la Sunat y el tribunal fiscal, al emitirse la RTF N° 09934-5-2017.</p> <p>Continuando con mi opinión del tema, se debe advertir que el pronunciamiento contenido en la RTF N° 09934-5-2017 solo resuelve un caso particular y no califica como jurisprudencia de observancia obligatoria bajo los alcances de lo dispuesto</p>	<p>Esta de acuerdo con la actuación del tribunal fiscal, y considera que ayudara a la aplicación de la debida medida en cuanto tributacion que los influencers deben tener.</p>

		en el artículo 154 del código tributario.	
--	--	---	--

## **RESULTADOS**

En relacion a la opinion con respecto a RTF N° 009934-5-20127, la totalidad de expertos estan de acuerdo con la actuacion de la Sunat, y en cuanto al fallo y la argumentacion dada por el jurado, coinciden todos en señalar que es una argumentacion asertada, y que por lo tanto se ajusta a derecho. Solo uno de los expertos tomo en consideracion, el hecho de que esta Resolucion, no es de observancia obligatoria.

**Tabla 5:** Analisis de la RTF N° 009934-5-2017

RESOLUCION	FUNFAMENTO	ANALISIS
<p><b>RTF N° 009934-5-2017</b> <b>(Emitida el 10/11/2017)</b></p>	<p>“Se confirma la apelada en el extremo impugnado que declaró infundada la reclamación formulada contra los valores girados por el Impuesto a la Renta del ejercicio 2010, Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010, y la infracción tipificada en el numeral 1 del artículo 176° del Código Tributario.</p> <p>...(…) Se señala que según el contrato denominado «Términos y Condiciones Estándar del Programa AdSense TM Online de Google», el recurrente en calidad de editor acepta que la empresa no domiciliada Google pueda colocar publicidad y/u otros contenidos propios o de terceros (anuncios), así como consultas asociadas de Google, resultados de búsquedas realizadas en sitios o en la web de Google y anuncios de referencia a</p>	<p>La presente resolución da solución a un caso en particular, entre la administración tributaria y un ciudadano, referente a unas resoluciones de intendencia en donde se determina el pago de impuesto a las ventas, y también, el pago a cuenta del impuesto a la renta, correspondientes al año 2010. Sosteniendo el recurrente que sus actividades, a las cuales se refiere la sunat, son originadas, por la cesión de un espacio publicitario, y en ese caso no concurren los elementos de capital y trabajo, por lo tanto considera que estas no son rentas de tercera categoría, si no más bien, su actividad estaría ubicada en rentas de primera categoría.</p> <p>Se considera que, las rentas de tercera categoría tengan esa asignación, para una determinada actividad, deben concurrir los elementos de</p>

	<p>Google en las páginas web de su propiedad, comprometiéndose aquél a cumplir las especificaciones que le proporcione dicha empresa periódicamente para permitir la correcta publicación, visualización y elaboración de informes de anuncios, y que el pago que se recibirá se basará en el número de clics válidos en anuncios y/o cualquier otro evento realizado con relación a la publicación de anuncios en las páginas web del recurrente. ...(...) <b>al apreciarse de parte del recurrente la utilización conjunta de capital y trabajo para el mantenimiento e implementación de su propiedad (páginas web), las rentas generadas por tal actividad corresponde que sean consideradas como de tercera categoría...(...)</b> Se indica que la referida actividad califica como prestación de servicios en el país gravados con el Impuesto General a las Ventas, conforme con el inciso b) del artículo 1° y numeral 1</p>	<p>capital y trabajo, y que en el caso que lo involucra, no se ha dado actividad empresarial, ya que la pagina web, el servidor y la red; no son capital de trabajo, ya que ninguno de estos elementos tiene naturaleza de tangible.</p> <p>El tribunal, determino que en el contrato celebrado con Google INC, y otras similares, no se menciona nada sobre alquiler o arrendamiento de algun bien mueble intangible, u otro similar; mas bien el recurrente es mencionado en el referido documento como "editor", de la pagina web, y se menciona en el contrato que tiene que sujetarse a las condiciones y obligaciones, según las politicas del programa AdScience.</p> <p>Y es en base a este ultimo razonamiento que el tribunal fiscal sanciona a favor de la sunat, ya que considera que el recurrente ha tenido actividades de tercera categoria, ya que da, mantenimiento a la pagina con la que realiza su actividad, por condiciones del contrato.</p>
--	--	---

	del inciso c) del artículo 3° de la ley de dicho impuesto.	Es de mucha importancia que la administracion tributaria pruebe las acciones, a las cuales hace referencia. Esta accion de comprobar y demostrar que el posible contribuyente, realiza actividades atribuidas de indole empresarial, es una dificil labor, pero necesaria para una debida aplicaci3n de la norma tributaria. Queda como obligacion de la Sunat probar hechos para justificar la emision de una resolucion de detrmnacion.
--	--	---

## RESULTADOS

En relacion con los resultados que arroja el analisis de la RTF N° 009934-5-2017, resolucion en donde se confirma en parte una sentencia, que esta relacionada con la actividad del recurrente , y que, con su sentencia lo obliga a cumplir con lo que establece la administracion tributaria. Para que el tribunal llege a esta opinion, se tomo en cuenta lo alegado por la administracion tributaria, en su afan por realizar el cobre de las resoluciones emitidas en el 2010. El tribunal determina que la actividad del recurrente, es de caracter patrimonial y que debe estar considerado, como obligado, a cumplir con el mandato de la administracion, y el pago de sus tributos en la categoria de regimen general de renta; e impuesto general a las ventas. Ademias, el tribunal declara que esta sentencia, no tiene car3cter de "sentencia de observancia obligatoria".

## DISCUSIÓN

Considerando los resultados obtenidos de acuerdo a la aplicación del instrumento seleccionado, podemos llegar a afirmar que en el momento actual, la normas tributarias que rigen en el país, y que regulan las actividades de carácter patrimonial, donde se aplica impuestos de indole tributario; son aplicadas, en muchos casos, de forma general, para contribuyentes formales, que voluntariamente registraron su actividad en los padrones de la Administración Tributaria. Ahora, esto no es para todos, pues para casos como, actividades en las redes sociales, queda sin tener un criterio que seleccione, el volumen de estas y sus diversas variantes. además de no contar con su identificación, ni con un numero aproximado de ellos y mucho menos, conocer su nivel de ingresos.

Por lo tanto, en lo que se refiere a la actividad influencers, su situación no es la misma que se da para otras actividades identificadas y registradas y que cumplen sus obligaciones formales.

En relación al **Objetivo específico 1: Determinar en qué régimen tributario deberían encajar las actividades de los influencers**; los resultados indican que esta actividad, tiene una esfera de incertidumbre que la envuelve, no contando actualmente, con reglas claras, para la aplicación de una adecuada categoría tributaria. Sus relaciones publicitarias con terceros, se realizan a través de un contrato, con empresas domiciliadas en el extranjero. Interviene en la mayoría de los casos la empresa Google LLC (principal compañía que requiere de su colaboración), empresa que, exige que sea el editor de la página, la única persona del contrato, comprometida a pagar impuestos, hecho que aumenta la indecisión, a la hora de determinar, en que categoría deberían estar, para que cumplan su obligación, con la Administración tributaria.

Según Şekeroğlu & Bilgin (2019), en su estudio relacionado a la actividad influencers, y su situación fiscal en turquia; se refiere a este tema, como una situación no muy clara y nos dice, que, los que participan en esta actividad, tienen ingresos que están sujetos a debate y discusión; además es notorio el hecho de que, no todos tienen el mismo desempeño en su actividad y que no todos utilizan las mismas redes sociales.

Para Carrillo (2019), la actividad influencers no califica como renta de Tercera categoría, una opinión válida; él tiene la idea de que estas rentas son de Primera categoría, por el hecho de que el titular cede su espacio para la publicidad de un tercero; y que también pueden ser de Cuarta categoría, cuando el titular usa su imagen para publicitar, a favor de un tercero. Como se ve en estas dos opiniones, no todos los expertos coinciden en su percepción de este tema, ya que como dijo uno de ellos, es complicado determinar el desempeño de su actividad.

Del análisis de las entrevistas realizadas se comprueba que, los profesionales consultados, tuvieron como opción para aplicar tributos a los influencers, el Impuesto a la renta, considerándolos dentro del Régimen general de Renta, tomando como referencia, al dar esta opinión, los ingresos que consiguen. Al mismo tiempo, dos expertos no desestimaron la posibilidad de que también puedan ser considerados en la primera categoría, así como en la cuarta categoría.

En resumen, muchos de nosotros conocemos de la actividad influencers, y tenemos idea de lo que ellos son. Desconocemos exactamente el volumen de sus ingresos, además, para que un contribuyente formal cumpla con sus obligaciones, se le da la oportunidad de escoger la categoría en la que va a desempeñar sus actividades. La mayoría de los influencers en el Perú, carecen de una adecuada capacitación en lo que a categorías tributarias les toca saber. Ahora bien, no siempre llegan a desempeñar actividades publicitarias; por eso, su actividad en muchas ocasiones justifica la opinión de algunos profesionales, de que esta actividad debe ser considerada, como renta empresarial y por lo tanto, su clasificación debe estar en el Régimen General de Renta, ya que manifiestamente se congrega capital y trabajo.

En relación al **Objetivo específico 2: Determinar si se necesita una Ley especial para este tipo de actividad y así poder definir, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies**, la conclusión con respecto a este segundo objetivo, es que no necesariamente una ley especial, mejoraría la condición tributaria de ellos; y que esto, lo único

que traería; sería, aumentar el número leyes destinadas a un mismo fin. En otros lugares del planeta, también se discute sobre cómo se debe tratar a esta problemática, estando la dificultad en que no es fácil determinar el tipo de influencers y su desempeño como tal; poniendo las cosas más difíciles para poder calificarlos. Aquí la opinión de otras realidades:

Para Abidin, et al (2020), nos manifiesta en su investigación sobre estos potenciales contribuyentes, que, en su país, Dinamarca, aun no tienen una legislación adecuada para ellos. Ahora, también nos dice, que, al desarrollar este conjunto de normas, estas tienen que ser claras y de fácil definición, para que así su difusión se vea facilitada, considerando también, entre estos, a los obsequios y donaciones, como puntos a ser considerados dentro de la legislación que se desarrolle para estas actividades.

Para Pälkäs (2020), nos dice en su investigación, que en su país Finlandia, no hay por el momento una legislación para esta actividad, y lo dice textualmente “separada”, en donde se tome en cuenta el tipo y volumen de la actividad; y claramente nos dice que la aplicación del Impuesto a la Renta a estas medidas tienen que ir en función del tamaño de sus actividades.

Entonces, se puede considerar la posibilidad, de crear una legislación que aparte de crear normas que favorezca la tributación de los influencers; también considere dentro de ella la calificación que cada uno de ellos tengan, tomando en cuenta el volumen de su actividad, el nivel de sus emisiones, y además el nivel de sus ingresos, para que, de esta manera, se tenga una categorización en la actividad influencers.

El grupo de profesionales entrevistados, considero como poco útil la posibilidad de crear una norma especial, y uno de ellos, considero que esto contribuiría a crear más confusión, descartando de plano, la posibilidad de crear norma aparte.

En relación al **Objetivo específico 3: Determinar si es necesario modificar la ley del Impuesto a la Renta para considerar dentro de ella a esta nueva actividad**, esta posibilidad de iniciativa legislativa, es la más

aceptada por los profesionales que participaron en la encuesta. Consideraron que era más factible modificar la Ley del Impuesto a la Renta, que crear una ley especial. La idea es, modificar algunos artículos dentro de la LIR, que contenga toda la legislación necesaria para el control de esta actividad. Así se evitaría la creación de una ley especial.

Para Romero Quezada (2020), en su país República Dominicana, detalla que muchos ciudadanos dominicanos, obtienen ingresos en grandes cantidades, al dedicarse a la actividad influencers; señalando que a su opinión, deberían declararlos a la Administración Tributaria, considerando como delito tributario, la negación de su declaración. Por lo tanto considera que, esto se puede conseguir con la creación de nuevas normas que contengan estas actividades, siendo necesario una nueva legislación.

Según Perez-Caraza (2021), en su país España, y a través de su investigación sobre los influencers; llega a la conclusión de que estas actividades deben formar parte de la recaudación que se hace por IRPF, equivalente a la LIR, en Perú; considera que los ingresos obtenidos de esta actividad, deben ser parte de una graduación, que ayude en la aplicación del referido IRPF. Al igual que otros estudios, llega a la conclusión que esta actividad tiene diferentes fuentes de ingreso y por lo tanto de aplicación del impuesto a la renta.

Para la investigación de Sung & Umar (2020), analizan la actividad que tienen los deportes electrónicos; considerando que esta actividad puede ayudar al gobierno, a aumentar la recaudación en su país Indonesia; considera la creación de una nueva base impositiva, o sea, se creara un nuevo grupo de leyes que contengan la actividad influencers y que ayude a su país a aumentar su recaudación.

Se considera la modificación de la LIR; como la opción más factible que se tiene, evitando de esta manera la creación de una nueva ley; teniendo que modificar la ley del LIR, que se aplica en la actualidad, incorporándola a la actividad empresarial desarrollada en el país.

Esta es la discusión a la que llega esta investigación, tomando en cuenta el objetivo principal y los objetivos específicos; buscando en todo momento ser

objetivos y mostrando la realidad del problema materia de la presente investigación.

La búsqueda de información fue la mayor dificultad con la que se tuvo que lidiar, debido a que hay muy pocos trabajos sobre el tema tratado.

La realidad en otros países, no dista mucho de la realidad peruana, también allá, tienen problemas para legislar y aplicar leyes a este sector de la economía. Que como en este país, ven la posibilidad de que estos potenciales contribuyentes pasen a formar parte de los que aportan su contribución a la economía del País.

Las autoridades en otros países al igual que las peruanas, no tocan aun un tema, tan importante como este. Incorporando a los Influencers a la actividad económica formal, se aumentaría la recaudación fiscal y por lo tanto el presupuesto nacional.

## **V. CONCLUSIONES**

1. La Administración tributaria no tiene pleno control y conocimiento del número de influencers en el Perú, habiendo un gran número de ellos que ejercen sus actividades sin que sean sometidos a su función fiscalizadora.
2. Los influencers, por sus operaciones y el volumen de ingresos, deben ser considerados como actividades de renta de tercera categoría. No dejando de lado a las rentas de primera y cuarta categoría, para los casos en los que su actividad, sean identificadas como alquileres o servicios respectivamente; siendo factor importante para esto, que no sobrepasen cierto volumen de ingresos.
3. No sería necesaria la dación de una ley especial que contenga estas actividades, y poder definir e identificar sus ingresos que obtienen por donaciones y especies, pueden ser contenidas en las normas referidas al control tributario.
4. Modificar la ley del Impuesto a la renta, para esta actividad, logrando que el control y fiscalización, sean más eficientes y se evite la evasión.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- A las autoridades e instituciones como la Administración tributaria tomar atención en este sector de la economía, para su incorporación a la formalidad y su obligación con el aporte a la acción recaudadora del Estado.
- Difusión de la actividad del estado en su función fiscalizadora, a través de sus instituciones como el Congreso, la Administración tributaria, y que este dirigida a los miembros de este sector económico, para que salgan de la informalidad y se acogan a una debida categoría tributaria.
- A las autoridades e instituciones del Estado, no emitir leyes que solo contribuyan a fomentar la confusión y desorientación en sectores de la economía cuyos miembros quieran formalizar sus actividades económicas.
- Proponer la modificación de la Ley del Impuesto a la renta, para que considere a este sector económico, en que se detalle los diferentes niveles de gestión en su desenvolvimiento para el ejercicio de sus operaciones económicas, y de esta manera su definición para su aplicación del Impuesto a la Renta.

## **VII. PROPUESTA**

### **PROPUESTA LEGISLATIVA**

**SUMILLA: Proyecto de Ley que modifica el texto del Artículo 28°, Inciso g). de la Ley del Impuesto a la Renta.**

El tesista MARCO ANTONIO PAREDES SÁNCHEZ, ejerciendo su derecho constitucional de iniciativa legislativa que le confiere el Artículo 2° Inciso 17°, Artículo 31° y Artículo 107°, de la mencionada norma legal, propone la siguiente Propuesta Legislativa.

#### **PROYECTO DE LEY QUE MODIFICA EL TEXTO DEL ARTÍCULO 28° INC. g) DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA.**

##### **I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

###### **1.1 Análisis de la propuesta legislativa**

La iniciativa legislativa en un medio efectivo de mejorar los eventos que suceden dentro de una determinada demarcación geográfica; corrigiendo en cierto modo desperfectos que algunas leyes tienen de forma; y que hacen efecto en la vida diaria de la población y también de la historia de la Nación.

Hace ya buen tiempo los cambios que ocurren con el avance de la tecnología, beneficia a la población con productos que hacen que su vida mejore, y que logran centrar su atención en estos avances.

La Internet como avance tecnológico nos da facilidad de comunicarnos con diferentes puntos en el planeta, de forma fácil y rápida, y al mismo tiempo poder

trabajar sin salir de casa. Es tanta su dependencia que ya no podemos prescindir de ella, logrando que seamos esclavos de su consumo.

El uso de la Internet, ha promovido la aparición de nuevas actividades, que son aprovechadas económicamente por muchos usuarios de las redes sociales, los llamados “Influencers”, que logran captar la atención de miles de seguidores a través de sus canales de emisión de contenido. Algunos de estos canales fácilmente podrían competir con canales formales, ya que la edición de su material cuenta con alta calidad de producción.

Este sector forma parte de la economía nacional, y realiza sus actividades con muy poca o casi nula supervisión de la Administración Tributaria, es un sector de muy altas recaudaciones en ingresos por publicidad y ventas a través de las redes sociales, movimientos bancarios y constantes viajes al exterior del País.

Por este motivo es que se propone la presente iniciativa legislativa, que espera que con su promulgación se pueda incluir a todos los Influencers dentro de la economía formal, y lograr que su aporte como contribuyentes formales, incremente la recaudación fiscal.

Este rubro tiene un crecimiento constante y significativo, todos los meses aparecen nuevos miembros con actividad Influencers, atraídos por la facilidad de formar parte de esto y los beneficios económicos que vienen con esta actividad.

Por los motivos antes mencionados, se propone la presente Iniciativa Legislativa, para dar solución a un problema de informalidad en la economía peruana, y también de orden económico.

## **II. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO**

La presente Ley no provocara gastos al Estado, pues con la modificatoria de la mencionada norma legal, se busca incluir a un gran sector económico, que, en los momentos actuales, no está incluido de manera adecuada dentro de la actividad economía del País.

### **III. IMPACTO DE LA NORMA SOBRE LA ECONOMIA DEL PAÍS**

Se busca con la promulgación de esta norma incrementar la base tributaria, y de esta manera mejorar las arcas fiscales, con la incorporación de nuevos contribuyentes.

### **IV. MARCO NORMATIVO**

#### **Artículo 1°. - Objeto de la Ley**

La presente Ley tiene por objeto modificar el Artículo 28° Inciso g) de la Ley del Impuesto a la Renta, para incorporar en ellos, la mención referente a actividades en redes sociales, y de esta manera poder considerar en esta Ley a contribuyentes cuyas actividades económicas se realizan por estos medios.

#### **Artículo 2°. – Propuesta**

##### **VIGENTE:**

**g)** Cualquier otra renta no incluida en las demás categorías.

##### **MODIFICATORIA:**

**g)** Cualquier otra renta no incluida en las demás categorías, así como las derivadas de la actividad en redes sociales que tengan fines lucrativos.

#### **Artículo 3°. – Normatividad**

La Constitución Política del Perú, en su Artículo 2° inciso 17, nos señala que todo ciudadano, tienen derecho de iniciativa legislativa.

También en esta misma norma legal, en cuanto a derechos y deberes mencionamos el Artículo 31° que nos dice que los ciudadanos tienen derecho a participar en los asuntos públicos mediante iniciativa legislativa.

Igualmente, en el Capítulo III del mismo cuerpo legal, el Artículo 107° nos dice que los ciudadanos ejercen el derecho de iniciativa conforme a Ley.

#### **Artículo 4°. - Ámbito de aplicación de la Ley**

La presente Ley se aplicará en todo el territorio nacional para toda persona humana o jurídica.

#### **Artículo 5°. – Beneficios**

La promulgación de esta norma tendrá beneficios directos sobre la recaudación fiscal, con la modificatoria propuesta, haciendo efecto directo sobre la economía del País.

### **DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES**

#### **Primera. -**

Modifíquese toda norma que se oponga a la presente Ley.

### **DISPOSICION TRANSITORIA**

#### **UNICA. - Implementación**

Para su conocimiento y aplicación inmediata.

Chiclayo 11 Marzo del 2022

.....  
FIRMA

DNI:

## REFERENCIAS

- Abidin, C., Hansen, K., Hogsnes, M., Newlands, G., Lykke nielsen, M., Yung Nielsen, L., & Sihvonen, T. (2020). A Review of Formal and Informal Regulations in the Nordic Influencer Industry. *Nordic Journal of Media Studies*, 2(1), 71-83. doi: <https://doi.org/10.2478/njms-2020-0007>
- Allca Graos, M. E., & Vásquez Cahua, C. P. (2019). *El impacto de los servicios de publicidad que brindan los influencers en la determinación del impuesto a la renta de las empresas del sector retail, Lima 2019*. Universidad Peruana de Ciencia Aplicadas, Lima. doi:<http://doi.org/10.19083/tesis/652594>
- Alva Matteucci, J. M. (2017). *Blog de Mario Alva Matteucci*. Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2019/07/15/que-tipo-de-renta-genera-un-influencer-a-proposito-de-la-rtf-n-09934-5-2017/>
- Anggadha, F., & Rosdiana, H. (2020). Analysis of Efforts to Increase Social Media Influencers Income Taxes in Endorsement Activities. *Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal)*, 10(2), 111-117. doi: <https://doi.org/10.31289/jap.v10i2.3094>
- Avendaño B., P., & Chavez V., J. G. (2019). *“Desarrollo de un perfil del influencer de redes sociales para las generaciones, basado en las teorías: generacional, identidad social y la interacción parasocial”*. Universidad ESAN, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1699>
- Barreira, V. D. (2020). *Evasión fiscal en Argentina y el rol del contador público como auditor externo*. Repositorio institucional de la UNSAM, San Martín, Argentina. Obtenido de <https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/1404>
- Barrientos Walker, F. L., & Díaz Mora, E. (2021). *Aplicación del Impuesto General a las Ventas en las plataformas - Tesis de Pregrado*. Universidad Cesar Vallejo - Repositorio de la Universidad César Vallejo, Callao. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/70033>
- Bradley, S. (2021). *Business Insider*. Obtenido de <https://businessinsider.mx/cuanto-ganan-por-publicacion-influencers-instagram/>
- Budi S., P., Ayudía, C., & Khozen, I. (2021). Regulating Income Tax: Case of Indonesian YouTubers. *Varia Justicia*, 17(2), 199-215. Obtenido de <https://doi.org/10.31603/variajusticia.v17i2.5168>
- Carrillo, M. (2019). *Sunat fiscalizará los ingresos de los influencers a partir del próximo año*. Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/miguelcarrillo/2019/10/23/sunat-fiscalizara-los-ingresos-de-los-influencers-a-partir-del-proximo->



tributaria en Chile para el período 2014-2017. *Revista de Investigación Aplicada en Ciencias Empresariales*, 7(1), 73-92.  
doi:<https://doi.org/10.22370/riace.2018.7.1.1788>

- Gallo C., A. M. (2018). *Influencers como Estrategia de Marketing en las mypes del sector moda de la ciudad de Chiclayo*. Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6150>
- Grupsed. (2020). *Grupsed Aula Virtual*. Obtenido de <https://www.grupseldaulavirtual.com/que-tributos-pagan-los-influencers-peru-2020/>
- Legis.pe. (2022). *Indecopi advierte que 'influencers' deben ser responsables con la difusión de publicidad*. Obtenido de <https://lpderecho.pe/indecopi-influencers-responsables-difusion-publicidad/>
- Lopez Alban, G. P. (2019). *La tributación de influencers*. Bogotá, Colombia: Editorial Jurídica Themis. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/335442285\\_Tributacion\\_de\\_influencers](https://www.researchgate.net/publication/335442285_Tributacion_de_influencers)
- Márquez A., D. (2021). *Asuntos:Legales*. Obtenido de <https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/diego-marquez-arango-2610779/influenciadores-lo-que-les-espera-en-impuestos-3133421>
- Päikäs, H. (2020). *A Podcast about Taxation of Social Media Influencers*. Haaga-Helia University Applied Sciences, Helsinki, Finlandia. Obtenido de <http://www.theseus.fi/handle/10024/341560>
- Perez-Caraza, I. (2021). Tributación de los Influencers: Normas tradicionales para nuevos y rentables modelos de negocio de las nuevas generaciones. *Cuadernos de Derecho y Comercio*(75), 15-112. Obtenido de <https://www.cuatrecasas.com/es/latam/articulo/tributacion-de-los-influencers-normas-tradicionales-para-nuevos-y-rentables>
- Poder Judicial del Perú. (2022). *Diccionario Jurídico*. Obtenido de [https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/CorteSuprema/s\\_cortes\\_suprema\\_home/as\\_servicios/as\\_enlaces\\_de\\_interes/as\\_orientacion\\_juridica\\_usuario/as\\_diccionario\\_juridico/](https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/CorteSuprema/s_cortes_suprema_home/as_servicios/as_enlaces_de_interes/as_orientacion_juridica_usuario/as_diccionario_juridico/)
- Rodriguez Aguirre, L. S. (2019). *La tributación frente a las plataformas digitales*. Universidad Católica San Pablo, Arequipa. Obtenido de [https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16736/1/RODRIGUEZ\\_AGUIRRE\\_LEH\\_TRI.pdf](https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16736/1/RODRIGUEZ_AGUIRRE_LEH_TRI.pdf)
- Romero Quezada, G. (2020). *La Tributación de las personas físicas a través de la prestación de servicios en redes sociales*. Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Santo Domingo, República Dominicana. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12060/2042>

- Saltos orrala, M. Á. (2017). El delito tributario en el ecuador. *Latindex - Dialnet*, 11(1), 43-47.
- ŞEKEROĞLU, S., & BİLGİN, S. (2019). *Influencer Marketing and Taxation of Influencer in Turkey*. Ankara, Turkia. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/340491659\\_Influencer\\_Marketing\\_and\\_Taxation\\_of\\_Influencer\\_in\\_Turkey](https://www.researchgate.net/publication/340491659_Influencer_Marketing_and_Taxation_of_Influencer_in_Turkey)
- Sosa H., A. (2021). ¿Qué hacer con los influencers? *Advocatus*(039), 297-313. doi:DOI: <https://doi.org/10.26439/advocatus2021.n39.5136>
- Sunat. (2022). *Obligaciones si vendo o presto servicios por Internet*. Obtenido de <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/mi-empresa-crece/obligaciones-si-vendo-o-presto-servicios-por-internet#:~:text=Obligaciones%20tributarias%20por%20generar%20ingresos,Emitir%20comprobantes%20de%20pago>
- Sung, M.-H., & Umar, W. (2020). A New Industry and Tax Base on Taxing Esports in Indonesia. *Jurnal Media Hukum*, 27(2), 147-165. doi: <https://doi.org/10.18196/jmh.20200148>
- Tardio Q. , S. F., & Zanabria N., K. (2019). *Servicios prestados en plataformas de video de entretenimiento vía Internet y su impacto en la determinación tributaria de Personas Naturales en el Perú 2017*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/626380>
- Toribio B., L. (2018). Tributación de las rentas obtenidas por los “Youtubers”. 11, 197-213. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/6708567>
- Trelles R., M. M. (2020). *Estudio exploratorio de los influencers como herramienta de marketing para la decisión de compra de productos de maquillaje en la ciudad de Chiclayo–2018*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2758>
- Tribunal Fiscal. (2017). *RTF N° 009934-5-2017*. Obtenido de [https://historial.pe/pdf/TRIBUTACION\\_INFLUENCERS.pdf](https://historial.pe/pdf/TRIBUTACION_INFLUENCERS.pdf)
- Tucto Solorzano, G. L. (2020). *Incremento patrimonial no justificado y su relación con la evasión tributaria en los Influencers en Lima Metropolitana, año 2020 - Tesis de Pregrado* . Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/63478>
- Villanueva, W. (2021). *Phillippi Pietrocarrizosa Ferrero DU & Uria*. Obtenido de <https://www.ppulegal.com/insights/prensa/que-hay-detras-del-mercado-de-influencers-en-peru-y-del-pedido-de-tributar-de-la-sunat/#:~:text=Sin%20embargo%2C%20se%20se%20B1ala%20que%20aquellos,el%20nivel%20de%20renta%20generada>.

Yah, T., & Cockfield, A. (2020). *How should we tax social media influencers?*  
Obtenido de  
<https://www.thestar.com/opinion/contributors/2020/12/15/how-to-tax-social-media-influencers.html>

## ANEXOS

### ANEXO 01: MATRIZ DE OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO
Variable independiente: Los Influencers	Son personas que tienen un gran alcance y popularidad en las redes sociales.	Utilizan su alcance para difundir determinados temas e información o para promocionar a empresas.	Credibilidad	Seguidores	La entrevista	Guía de análisis de entrevistas
				Número de Visitas		
				Aceptación		
			Atracción	Entretenido		
				Número de audiencia		
Variable dependiente: Situación tributaria	Viene a ser la relación jurídica sustantiva consistente en un débito tributario a favor del Fisco o cualquier otra posibilidad.	Las personas que generen un ingreso por las actividades que realicen en sus redes sociales, deberán declarar sus ingresos y así pagar los impuestos.	Tributa	Impuesto a la renta	Documento	Guía de análisis documental
				Rentas de primera categoría		
				Rentas de cuarta categoría		
			No tributa	Evasor		

Título: Los Influencers y su situación tributaria en el Perú

## ANEXO 02: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.



La investigación que desarrollamos y de la cual le estamos haciendo participe de las entrevistas, tendrá como objetivo la obtención del título profesional de abogado.

El propósito de contar con la información solicitada es conocer su opinión y su experiencia en referencia a los principales factores que influyen en la falta de un adecuado trato tributario hacia los llamados influencers. La información que se consiga gracias a su participación, será anónima y confidencial y no se será usada para otros fines que no sean los de la presente investigación.

Desde ya le agradecemos su participación.

**Título de la investigación:** Los Influencers y su situación tributaria en función a la renta peruana

**Abogado participante:**

**Fecha:**

**Guía para entrevista estructurada:**

¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?

¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?

Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?

¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?

¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?



.....  
Luz A. Saavedra Silva  
ABOGADA  
Reg. I.C.A.L. 3567



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

La investigación que desarrollamos y de la cual le estamos haciendo participe de las entrevistas, tendrá como objetivo la obtención del título profesional de abogado.

El propósito de contar con la información solicitada es conocer su opinión y su experiencia en referencia a los principales factores que influyen en la falta de un adecuado trato tributario hacia los llamados influencers. La información que se consiga gracias a su participación, será anónima y confidencial y no se será usada para otros fines que no sean los de la presente investigación.

Desde ya le agradecemos su participación.

**Título de la investigación:** Los Influencers y su situación tributaria en función a la renta peruana

**Abogado participante:** N.N.

**Fecha:** 13/02/2022

**Guía para entrevista estructurada:**

¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?

**SI**

¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?

**Por tratarse de actividad habitual el régimen tributario al cual deben estar afecto es de renta de tercera categoría, sin embargo, se debe tener en cuenta a aquellos que recién empiecen sus labores como influencers y no**

**sea de manera habitual estos estarían obligados a pagar el impuesto a la renta de cuarta categoría.**

Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?

**Al respecto debemos tener en cuenta que las actividades que realizan los influencers se encuentran establecidas en un contrato, es ahí el punto de partida para establecer cuál es la renta que generas, para el caso en concreto existe un contrato donde se ha pactado actividades empresariales, por lo que los argumentos establecidos por el Tribunal Fiscal se ajustan a la Ley Tributaria.**

¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?

**Claro está, que existe mucha controversia respecto al régimen tributario que debe aplicar para los influencers, sin embargo, desde mi humilde óptica no es necesario una nueva ley especial, esta es una actividad que debe implementar la SUNAT donde defina, determina, e identifique los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los influencers.**

¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?

**De ser necesario modificar la Ley del Impuesto a la Renta, que permita definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, de los influencers.**



La investigación que desarrollamos y de la cual le estamos haciendo participe de las entrevistas, tendrá como objetivo la obtención del título profesional de abogado.

El propósito de contar con la información solicitada es conocer su opinión y su experiencia en referencia a los principales factores que influyen en la falta de un adecuado trato tributario hacia los llamados influencers. La información que se consiga gracias a su participación, será anónima y confidencial y no se será usada para otros fines que no sean los de la presente investigación.

Desde ya le agradecemos su participación.

**Título de la investigación:** Los Influencers y su situación tributaria en función a la renta peruana

**Abogado participante:** R. R.

**Fecha:** 18 de febrero de 2022

**Guía para entrevista:**

¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?

**si**

¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?

**Deben encajar en renta de cuarta categoría, pero contando con diferentes criterios, respecto al tipo de actividad, si es frecuente y sus ingresos calzan con los montos establecidos. Es decir, si se dedican solo a ello como actividad económica, deberían estar en tercera categoría.**

Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?

**Referente a la calificación de denotar como actividad empresarial, es claro que generan utilidades y cumplen con diversas cláusulas contractuales que demanda subir su contenido en redes sociales. Entonces podemos ver la congruencia en los argumentos del Tribunal Fiscal.**

¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?

**Considero que no es necesario una nueva ley especial, teniendo en cuenta la naturaleza de la actividad que no es general, es decir no olvidemos, que existen auspicios, canjes, donaciones por publicidad que no se resume solo a ganancia en primer término, es por ello que mi punto de vista parte desde la implementación de un procedimiento, más que una norma especial.**

¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?

**Considero que por ahí podría ser el manejo, para determinar de forma clara y precisa del cómo se generan los ingresos de los influencers.**



La investigación que desarrollamos y de la cual le estamos haciendo participe de las entrevistas, tendrá como objetivo la obtención del título profesional de abogado.

El propósito de contar con la información solicitada es conocer su opinión y su experiencia en referencia a los principales factores que influyen en la falta de un adecuado trato tributario hacia los llamados influencers. La información que se consiga gracias a su participación, será anónima y confidencial y no se será usada para otros fines que no sean los de la presente investigación.

Desde ya le agradecemos su participación.

**Título de la investigación:** Los Influencers y su situación tributaria en función a la renta peruana

**Abogado participante:** J. S.

**Fecha:** 21 febrero del 2022

**Guía para entrevista estructurada:**

¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?

**Los Influencers, han logrado un protagonismo muy importante en el Perú, pero no se han formalizado para realizar sus actividades y pagar sus impuestos, por lo que SUNAT los está requiriendo a las personas ya sea naturales o jurídicas para formalizarse y paguen sus impuestos de acuerdo al régimen tributario que les corresponda.**

¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?

**De acuerdo la legislación tributaria establecida, corresponde a los Influencers pagar sus impuestos de acuerdo a la forma de organización, si se presta el servicio de forma independiente, como persona individual, es renta de 4ta. Categoría y corresponde el pago del impuesto luego de las deducciones que la norma establece, aplicando las tasas por tramo de ingresos del 8 %, 14 %, 17%, 20% y 30 % anual, respectivamente.**

**Si la actividad lo realizan de manera empresarial donde existe la relación, empleador trabajador, la renta que perciben es renta de 3era. Categoría y les corresponde pagar los impuestos con la tasa del 29.5 % anual de las utilidades de las actividades realizadas, por consiguiente, les corresponde ubicarse en el régimen Mype tributario o Régimen General según el nivel de ingresos.**

Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?

**En cuanto a la RTF N° 09934-5-2017, el pronunciamiento contenido en dicha resolución solo resuelve un caso particular y no califica como JURISPRUDENCIA DE OBSERVANCIA OBLIGATORIA, bajo los alcances de lo dispuesto del Art. 154 del Código tributario.**

¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?

**No es necesario una Ley especial, por que generaría una dispersión de las normas tributarias, para poder definir, determinar y poder identificar los ingresos que perciben de los influencers, seria con una modificación o ampliación de las normas ya establecidas, y de esta manera, esta clase de actividades deben estar enmarcadas dentro del ordenamiento jurídico de las normas tributarias ya establecidas.**

¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?

**Si, eso es lo que corresponde, modificar la ley del impuesto a la renta, para que esté debidamente normando este tipo de actividades al haber surgido como consecuencia del avance científico en las comunicaciones a través de las redes sociales.**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

La investigación que desarrollamos y de la cual le estamos haciendo participe de las entrevistas, tendrá como objetivo la obtención del título profesional de abogado.

El propósito de contar con la información solicitada es conocer su opinión y su experiencia en referencia a los principales factores que influyen en la falta de un adecuado trato tributario hacia los llamados influencers. La información que se consiga gracias a su participación, será anónima y confidencial y no se será usada para otros fines que no sean los de la presente investigación.

Desde ya le agradecemos su participación.

**Título de la investigación:** Los Influencers y su situación tributaria en función a la renta peruana

**Abogado participante:** J. V. Q.

**Fecha:** 21 de febrero de 2022

**Guía para entrevista estructurada:**

¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?

**El conocimiento que tengo sobre la situación tributaria de los influencers en el Perú: En primer lugar, se observa que hay mucha evasión tributaria, en contribuyentes que no quieren cumplir con sus deudas tributarias.**

¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?

**Yo pienso que en el régimen tributario que debería encajar las actividades influencers, se calificaría como una renta de tercera categoría, para efectos del impuesto a la renta.**

Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?

**Mi opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación: Lo que aquí la afectación tributaria permitirá identificar la renta como de tercera categoría, esta postura ha sido adoptada por la Sunat y el tribunal fiscal, al emitirse la RTF N° 09934-5-2017.**

**Continuando con mi opinión del tema, se debe advertir que el pronunciamiento contenido en la RTF N° 09934-5-2017 solo resuelve un caso particular y no califica como jurisprudencia de observancia obligatoria bajo los alcances de lo dispuesto en el artículo 154 del código tributario.**

¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?

**Para mi concepto opino que si sería necesario una ley especial para este tipo de actividad, porque es necesario aplicarlo para que la totalidad de contribuyentes, tengan reglas claras y sin ventajas para otros, y no se vean afectados por parte del estado.**

¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?

**Si es necesario modificar la ley de impuesto a la renta que actualmente se aplica en el Perú, con la finalidad de adecuarlo a realidad tributaria que actualmente rige en el Perú.**

### ANEXO 03: INSTRUMENTO DE ANÁLISIS DOCUMENTAL.

**Tabla 1:** Objetivo específico 1: Determinar en qué régimen tributario deberían encajar las actividades de los influencers.

ENT.	PREGUNTA	RESPUESTA	ANALISIS
<b>01 N.N.</b>	<p>¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?</p> <p>¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?</p>	<p style="text-align: center;">Si</p> <p>Deben estar afecto es de renta de tercera categoría, sin embargo, se debe tener en cuenta a aquellos que recién empiecen sus labores como influencers y no sea de manera habitual estos estarían obligados a pagar el impuesto a la renta de cuarta categoría.</p>	<p>El entrevistado, tiene conocimiento del tema influencers, además considera un régimen tributario para estos supuestos contribuyentes, pero no define de manera concreta la transición entre un influencers que empieza y otro con experiencia.</p>
<b>02 R.R.</b>	<p>¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?</p> <p>¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?</p>	<p style="text-align: center;">Si</p> <p>Deben encajar en renta de cuarta categoría, pero contando con diferentes criterios, respecto al tipo de actividad, si es frecuente y sus ingresos calzan con los montos establecidos.</p>	<p>La entrevistada, tiene conocimiento del tema, y considera que estos supuestos y potenciales contribuyentes, en su mayoría; deberían tributar en la cuarta categoría. Pero hace la salvedad, de que si ellos toman esta actividad como único medio para obtener ingresos deben estar en la tercera categoría. Entonces se tiene que considerar el volumen de ingresos</p>

			para este fin, a criterio de la entrevistada.
<b>03</b> <b>J.S.</b>	<p>¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?</p> <p>¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?</p>	<p>Han logrado un protagonismo muy importante en el Perú, pero no se han formalizado para realizar sus actividades y pagar sus impuestos.</p> <p>Corresponde a los Influencers pagar sus impuestos de acuerdo a la forma de organización.</p> <p>Si la actividad lo realizan de manera empresarial donde existe la relación, empleador trabajador, la renta que perciben es renta de 3era. Categoría</p>	<p>Para el entrevistado, el tema no es desconocido, teniendo conocimiento actual de la actividad, y de la actuación de la sunat, en su afán por formalizar estas actividades.</p> <p>Considera que esta actividad se genera como actividad independiente, generadora de ingresos por cuarta categoría. También toma en cuenta que el volumen y en algunos casos la vinculación que tengan con manejo de personal a su cargo los hace, a su criterio ser considerados como actividad empresarial.</p>
<b>04</b> <b>J.V.Q</b>	<p>¿Tiene conocimiento de cuál es la situación tributaria de los influencers en el Perú?</p> <p>¿Si su anterior respuesta es positiva, diga, en qué régimen tributario piensa usted que deberían encajar las actividades de los influencers actualmente en el Perú?</p>	<p>Se observa que hay mucha evasión tributaria.</p> <p>Yo pienso que en el régimen tributario que debería encajar las actividades influencers, se calificaría como una renta de tercera categoría, para efectos del impuesto a la renta.</p>	<p>El entrevistado considera evasión, este tema.</p> <p>Al mismo tiempo considera que el régimen tributario adecuado a los influencers, debería ser el de tercera categoría</p>

## **RESULTADOS**

En relación con el primer objetivo específico de la presente investigación, sobre, en que régimen tributario deberían encajar las actividades de los influencers, y luego de ser consultados los expertos sobre el tema, la opinión y respuesta de ellos, es que todos si conocen lo que es un influencers; ahora, en cuanto al régimen en el que deberían estar por su actividad, todos ellos respondieron que les correspondería estar en el régimen de renta de la tercera categoría. Además, hicieron una salvedad, la mayoría de ellos, en que se debe tomar en cuanto el tamaño de las actividades, opinando, que, a algunos, les correspondería estar en rentas de cuarta categoría, y a otros en rentas de primera categoría. Solo uno de los expertos opto directamente por rentas de tercera categoría.

**Tabla 2:** Objetivo específico 2: Determinar si se necesita una Ley especial para este tipo de actividad y así poder definir, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies.

ENT.	PREGUNTA	RESPUESTA	ANALISIS
<p><b>01</b> <b>N.N.</b></p>	<p>¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?</p>	<p>Desde mi humilde óptica no es necesario una nueva ley especial, esta es una actividad que debe implementar la SUNAT donde defina, determina, e identifique los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies</p>	<p>El entrevistado no considera necesario crear una ley especial para el trato taxativo de los influencers,</p>
<p><b>02</b> <b>R.R.</b></p>	<p>¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?</p>	<p>Considero que no es necesario una nueva ley especial, teniendo en cuenta la naturaleza de la actividad que no es general, es decir no olvidemos, que existen auspicios, canjes, donaciones por publicidad que no se resume solo a ganancia en primer término</p>	<p>La entrevistada no considera necesario el dar una ley especial para este rubro; además, considera que las donaciones auspicios y canjes por motivos de la publicidad, no en todos los casos, tendrían que ver con ingresos, según su opinión.</p>
<p><b>03</b> <b>J.S.</b></p>	<p>¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por</p>	<p>No es necesario una Ley especial, por que generaría una dispersión de las normas tributarias, para poder definir, determinar y poder identificar los ingresos que perciben de los influencers,</p>	<p>No considera necesaria, la creación de una ley especial, pues para él, solo crearía más confusión con la aplicación de las leyes tributarias.</p>

	publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?		
<b>04 J.V.Q.</b>	¿Para usted, sería necesaria una Ley especial para este tipo de actividad, y como consecuencia de esta, poder definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, los llamados influencers?	Si sería necesario una ley especial para este tipo de actividad, porque es necesario aplicarlo para que la totalidad de contribuyentes, tengan reglas claras.	Para el entrevistado, si sería necesario una ley especial para este tipo de actividad, porque es necesario aplicarlo para que la totalidad de contribuyentes, tengan reglas claras, según su opinión.

## RESULTADOS

En relación con el segundo objetivo específico de la presente investigación, sobre, determinar si se necesita una ley especial para este tipo de actividad y así poder definir, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, la mayoría de los expertos coincidieron que no era necesaria una ley especial; ya que, para ellos, las normas actuales, bastarían para el control tributario de esta actividad. Solo un experto considero necesaria una ley especial.

**Tabla 3:** Objetivo específico 3: Determinar si es necesario modificar la ley del Impuesto a la Renta para considerar dentro de ella a esta nueva actividad.

ENT.	PREGUNTA	RESPUESTA	ANALISIS
<p><b>01</b> <b>N.N.</b></p>	<p>¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?</p>	<p>De ser necesario modificar la Ley del Impuesto a la Renta, que permita definir, determinar, e identificar los ingresos que obtienen por publicidad y donaciones en dinero y especies, de los influencers.</p>	<p>Para el entrevistado, igualmente considera necesario modificar el código tributario para este fin, según su opinión.</p>
<p><b>02</b> <b>R.R</b></p>	<p>¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?</p>	<p>Considero que por ahí podría ser el manejo, para determinar de forma clara y precisa del cómo se generan los ingresos de los influencers.</p>	<p>Para ella modificar el código tributario pondría alguna solución a la problemática de este tema.</p>
<p><b>03</b> <b>J.S.</b></p>	<p>¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?</p>	<p>Sí, eso es lo que corresponde, modificar la ley del impuesto a la renta, para que esté debidamente normando este tipo de actividades.</p>	<p>Para el entrevistado, modificar el código tributario, considerando esta actividad, a su criterio, solucionaría en parte esta problemática.</p>

<p style="text-align: center;"><b>04</b> <b>J.V.Q.</b></p>	<p>¿O en su opinión, sería necesario modificar la Ley al Impuesto a la Renta, que actualmente se aplica en el Perú, para que esta actividad sea considerada, dentro de la norma mencionada, como una nueva actividad gravable?</p>	<p>Si es necesario modificar la ley de impuesto a la renta que actualmente se aplica en el Perú, con la finalidad de adecuarlo a realidad tributaria que actualmente rige en el Perú.</p>	<p>Para el entrevistado, al mismo tiempo considera como necesaria una modificación de la ley del impuesto a la renta.</p>
--	--	---	---

## RESULTADOS

En relación al tercer objetivo específico de la presente investigación, sobre, determinar si es necesario modificar la ley del Impuesto a la Renta para considerar dentro de ella a esta nueva actividad; todos los expertos en mayoría absoluta, coincidieron que, si era necesaria una modificación a la ley del impuesto a la renta, y ser considerara en esta ley. Indicando que esta modificación, debería tener definidos los diferentes tipos de actividad influencers, para una adecuada modificatoria.

**Tabla 4:** Opinión acerca de lo argumentado en la RTF N° 009934-5-2017

ENT.	PREGUNTA	RESPUESTA	ANALISIS
<p style="text-align: center;"><b>01</b> <b>N.N.</b></p>	<p>Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?</p>	<p>Al respecto debemos tener en cuenta que las actividades que realizan los influencers se encuentran establecidas en un contrato, es ahí el punto de partida para establecer cuál es la renta que generas, para el caso en concreto existe un contrato donde se ha pactado actividades empresariales, por lo que los argumentos establecidos por el Tribunal Fiscal se ajustan a la Ley Tributaria.</p>	<p>Considera que la actuación de la sunat es acertada y que actuo con criterio, al obligarlos a contribuir por sus ingresos generados; llevando este tema al tribuna fiscal, y se muestra de acuerdo con el fallo dado.</p>
<p style="text-align: center;"><b>02</b> <b>R.R.</b></p>	<p>Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?</p>	<p>Referente a la calificación de denotar como actividad empresarial, es claro que generan utilidades y cumplen con diversas cláusulas contractuales que demanda subir su contenido en redes sociales. Entonces podemos ver la congruencia en los argumentos del Tribunal Fiscal.</p>	<p>Considera valida la sentencia del tribunal fiscal, y de la misma manera, con la argumentacion que se da en la referida resolucion.</p>

<p><b>03</b> <b>J.S.</b></p>	<p>Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?</p>	<p>En cuanto a la RTF N° 09934-5-2017, el pronunciamiento contenido en dicha resolución solo resuelve un caso particular y no califica como jurisprudencia de observancia obligatoria, bajo los alcances de lo dispuesto del Art. 154 del Código tributario.</p>	<p>Hace incapie en el hecho de que el criterio del tribunal fiscal, no es de observancia obligatoria, por lo tanto no podría aplicarse siempre, o, a otros casos.</p>
<p><b>04</b> <b>J.V.Q.</b></p>	<p>Se dio una RTF N° 09934-5-2017, en la cual, califica a las actividades de los influencers como actividades de naturaleza empresarial, resolviendo un caso presentado ante el tribunal fiscal. ¿Cuál es su opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación, esgrimida por los jueces del tribunal fiscal, en la sustentación de la presente Resolución?</p>	<p>Mi opinión con respecto a los puntos que integra la argumentación: Lo que aquí la afectación tributaria permitirá identificar la renta como de tercera categoría, esta postura ha sido adoptada por la Sunat y el tribunal fiscal, al emitirse la RTF N° 09934-5-2017.</p> <p>Continuando con mi opinión del tema, se debe advertir que el pronunciamiento contenido en la RTF N° 09934-5-2017 solo resuelve un caso particular y no califica como jurisprudencia de observancia obligatoria bajo los alcances de lo dispuesto</p>	<p>Esta de acuerdo con la actuación del tribunal fiscal, y considera que ayudara a la aplicación de la debida medida en cuanto tributacion que los influencers deben tener.</p>

		en el artículo 154 del código tributario.	
--	--	---	--

## **RESULTADOS**

En relacion a la opinion con respecto a RTF N° 009934-5-20127, la totalidad de expertos estan de acuerdo con la actuacion de la Sunat, y en cuanto al fallo y la argumentacion dada por el jurado, coinciden todos en señalar que es una argumentacion asertada, y que por lo tanto se ajusta a derecho. Solo uno de los expertos tomo en consideracion, el hecho de que esta Resolucion, no es de observancia obligatoria.

**Tabla 5:** Analisis de la RTF N° 009934-5-2017

<b>RESOLUCION</b>	<b>FUNFAMENTO</b>	<b>ANALISIS</b>
<p><b>RTF N° 009934-5-2017 (Emitida el 10/11/2017)</b></p>	<p>“Se confirma la apelada en el extremo impugnado que declaró infundada la reclamación formulada contra los valores girados por el Impuesto a la Renta del ejercicio 2010, Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010, y la infracción tipificada en el numeral 1 del artículo 176° del Código Tributario.</p> <p>...(…) Se señala que según el contrato denominado «Términos y Condiciones Estándar del Programa AdSense TM Online de Google», el recurrente en calidad de editor acepta que la empresa no domiciliada Google pueda colocar publicidad y/u otros contenidos propios o de terceros (anuncios), así como consultas asociadas de Google, resultados de búsquedas realizadas en sitios o en la web de Google y anuncios de referencia a Google en las páginas web de</p>	<p>La presente resolución da solución a un caso en particular, entre la administración tributaria y un ciudadano, referente a unas resoluciones de intendencia en donde se determina el pago de impuesto a las ventas, y también, el pago a cuenta del impuesto a la renta, correspondientes al año 2010.</p> <p>Sosteniendo el recurrente que sus actividades, a las cuales se refiere la sunat, son originadas, por la cesión de un espacio publicitario, y en ese caso no concurren los elementos de capital y trabajo, por lo tanto considera que estas no son rentas de tercera categoría, si no más bien, su actividad estaría ubicada en rentas de primera categoría.</p> <p>Se considera que, las rentas de tercera categoría tengan esa asignación, para una determinada actividad, deben concurrir los elementos de capital y trabajo, y que en el</p>

	<p>su propiedad, comprometiéndose aquél a cumplir las especificaciones que le proporcione dicha empresa periódicamente para permitir la correcta publicación, visualización y elaboración de informes de anuncios, y que el pago que se recibirá se basará en el número de clics válidos en anuncios y/o cualquier otro evento realizado con relación a la publicación de anuncios en las páginas web del recurrente. ...(...) <b>al apreciarse de parte del recurrente la utilización conjunta de capital y trabajo para el mantenimiento e implementación de su propiedad (páginas web), las rentas generadas por tal actividad corresponde que sean consideradas como de tercera categoría...(...)</b> Se indica que la referida actividad califica como prestación de servicios en el país gravados con el Impuesto General a las Ventas, conforme con el inciso b) del artículo 1° y numeral 1 del inciso c) del artículo 3° de la ley de dicho impuesto.</p>	<p>caso que lo involucra, no se ha dado actividad empresarial, ya que la pagina web, el servidor y la red; no son capital de trabajo, ya que ninguno de estos elementos tiene naturaleza de tangible.</p> <p>El tribunal, determino que en el contrato celebrado con Google INC, y otras similares, no se menciona nada sobre alquiler o arrendamiento de algun bien mueble intangible, u otro similar; mas bien el recurrente es mencionado en el referido documento como "editor", de la pagina web, y se menciona en el contrato que tiene que sujetarse a las condiciones y obligaciones, según las políticas del programa AdScience.</p> <p>Y es en base a este ultimo razonamiento que el tribunal fiscal sanciona a favor de la sunat, ya que considera que el recurrente ha tenido actividades de tercera categoria, ya que da, mantenimiento a la pagina con la que realiza su actividad, por condiciones del contrato.</p>
--	--	--

		<p>Es de mucha importancia que la administracion tributaria pruebe las acciones, a las cuales hace referencia.</p> <p>Esta accion de comprobar y demostrar que el posible contribuyente, realiza actividades atribuidas de indole empresarial, es una dificil labor, pero necesaria para una debida aplicaci3n de la norma tributaria. Queda como obligacion de la Sunat probar hechos para justificar la emision de una resolucion de detrminacion.</p>
--	--	--

## RESULTADOS

En relacion con los resultados que arroja el analisis de la RTF N° 009934-5-2017, resolucion en donde se confirma en parte una sentencia, que esta relacionada con la actividad del recurrente , y que, con su sentencia lo obliga a cumplir con lo que establece la administracion tributaria. Para que el tribunal llege a esta opinion, se tomo en cuenta lo alegado por la administracion tributaria, en su afan por realizar el cobre de las resoluciones emitidas en el 2010. El tribunal determina que la actividad del recurrente, es de caracter patrimonial y que debe estar considerado, como obligado, a cumplir con el mandato de la administracion, y el pago de sus tributos en la categoria de regimen general de renta; e impuesto general a las ventas. Ademias, el tribunal declara que esta sentencia, no tiene car3cter de "sentencia de observancia obligatoria".

## ANEXO 4: RTF N° 009934-5-2017



# Tribunal Fiscal

N° 09934-5-2017

EXPEDIENTE N° 7411-2015  
INTERESADO  
**ASUNTO** Impuesto General a las Ventas, Impuesto a la Renta y Multas  
PROCEDENCIA Cusco  
FECHA Lima, 10 de noviembre de 2017

VISTA la apelación interpuesta por(R.U.C. N° ), contra la Resolución de Intendencia N° 096-014-0007910/SUNAT de 21 de abril de 2015, emitida por la Intendencia Regional Cusco de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, en el extremo que declaró infundada la reclamación <sup>1</sup> formulada contra las Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024828 a 094-003-0024852 giradas por el Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010, pagos a cuenta del Impuesto a la Renta de enero a diciembre de 2010 e Impuesto a la Renta del ejercicio 2010, y las Resoluciones de Multa N° 094-002- 0033983 a 094-002-0033985, giradas por las infracciones tipificadas en los numerales 1 del artículo 176º y1 y 5 del artículo 177º del Código Tributario.

### CONSIDERANDO:

Que el recurrente sostiene que la Administración ha efectuado reparos por ingresos omitidos originados por la prestación de servicios mediante el uso de páginas web, sin precisar de manera correcta si la determinación de su deuda se realizó sobre base presunta o sobre base cierta, pues en los valores se menciona que la deuda ha sido determinada sobre base cierta, sin embargo, en la resolución apelada se vuelve a señalar que la determinación es sobre base presunta. Asimismo, en resultados de los requerimientos emitidos se indicó que le resultaba aplicable en su caso la base presunta, sin embargo, en el cierre del procedimiento de fiscalización *señala* que la determinación se realizara sobre base cierta, lo que genera una falta de congruencia que vulnera su derecho de defensa y acarrea la nulidad de lo actuado.

Que agrega que la Administración realiza una interpretación errónea de las relaciones jurídicas existentes, pues en su caso el usuario de internet en ningún supuesto se relaciona con el contribuyente, no pudiendo hablarse por ello de prestación de servicios, ni mucho menos se puede identificar a los sujetos que participan en la relación jurídica que daría nacimiento a la obligación tributaria bajo análisis, por lo que los ingresos percibidos corresponden únicamente a rentas de primera categoría al haber cedido un espacio dentro de su página web.

Que respecto al Impuesto a la Renta refiere que las actividades que desarrolla no suponen una fuente susceptible de generar renta de tercera categoría, pues no concurren los elementos de capital y trabajo, y el hecho que haya cedido su página web a efecto de que un tercero (Google) inserte publicidad de sus clientes, no supone una actividad empresarial, no siendo correcto el análisis de la Administración a efecto de considerar que la página web, el servidor y la red como parte de su capital, pues ninguno de estos bienes tiene la naturaleza de tangible, siendo que en su caso únicamente se ha verificado la cesión de espacios en su página web a fin que un tercero inserte publicidad, configurándose el supuesto de rentas de primera categoría como en efecto ha reconocido los pagos que le efectuaran.

Que mediante escritos ampliatorios de su apelación señala que el procedimiento de fiscalización es nulo, al haberse vulnerado el debido procedimiento administrativo, toda vez que el Requerimiento N° 0922130000865 mediante el cual se le reiteró la solicitud de exhibición de diversa documentación no atendida en los Requerimientos N° 0921130000560 y 0922130000807, nunca fue cerrado ni mucho menos notificado resultado alguno, lo que acarrea la nulidad de los valores conforme el criterio establecido en la Resolución del Tribunal Fiscal N° 190-5-98.

Que agrega que el procedimiento de fiscalización se le inició como una fiscalización definitiva como persona natural por el ejercicio 2010, sin embargo y sin justificación alguna la Administración le inicio una nueva fiscalización respecto del Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta del mismo ejercicio 2010, no habiendo cumplido con informarle las circunstancias que ameritan la ampliación de la fiscalización conforme el procedimiento establecido en los incisos b) y f) del artículo 3º del Reglamento de Fiscalización.

Que menciona que dentro del procedimiento de fiscalización correspondiente al Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta del ejercicio 2010 se han emitido dos requerimientos y dos resultados de requerimientos con la misma numeración, incongruencias que nunca fueron subsanadas por la Administración, aludiendo que el Requerimiento N° 0922140000173 le fue notificado el 1 de febrero y el 29 de abril de 2014 y que el Resultado del Requerimiento N° 0922130000972 le fue notificado el 29 de agosto y el 2 de setiembre de 2014, situación que resulta incongruente y vulnera el debido procedimiento administrativo.

Que reitera que se ha vulnerado el procedimiento legal establecido debido a que en los Requerimientos N° 0921130000560, 0922130000807 y 0922140000173 y sus resultados, se señaló que la determinación de la deuda se efectuaba sobre base presunta, no obstante, en los valores impugnados se consigna que la determinación de la deuda se realizó sobre base cierta, sin que el auditor haya sustentado el cambio de fundamento dentro del procedimiento de fiscalización.

Que argumenta que el procedimiento de fiscalización es nulo debido a que los Resultados de los Requerimientos N° 0922130000865, 0922130000972 y 0922140000173 fueron cerrados incumpliendo el procedimiento establecido en el inciso b) del artículo 8º del Reglamento de Fiscalización, resultándole de aplicación el criterio establecido por este Tribunal en las Resoluciones N° 08860-8-2016 y 624-5-2017.

Que la Administración señala que como consecuencia del proceso de fiscalización iniciado al recurrente reparó la base imponible del Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010, pagos a cuenta del Impuesto a la Renta de enero a diciembre de 2010 e Impuesto a la Renta del ejercicio 2010, por ingresos no declarados en el ejercicio originados por la prestación de servicios mediante el uso de páginas web, asimismo, determinó la comisión de las infracciones tipificadas en los numerales 1 del artículo 176º y 1 y 5 del artículo 177º del Código Tributario, por lo que declaró infundada la reclamación.

Que se verifica en autos que mediante Carta N° 130093208190-01 SUNAT (foja 603) y Requerimientos N° 0921130000560 (fojas 591 y 592), 0922130000807 (fojas 487 y 488), 0922130000865 (fojas 477 a 479), 0922130000972 (fojas 456 a 458) y 0922140000173 (fojas 385 a 404)<sup>2</sup>, la Administración efectuó al recurrente la fiscalización del cumplimiento de sus obligaciones tributarias correspondientes al Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010 y el Impuesto a la Renta del ejercicio 2010.

Que como resultado del mencionado procedimiento de fiscalización la Administración reparó el Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010, pagos a cuenta del Impuesto a la Renta de enero a diciembre de 2010 e Impuesto a la Renta del ejercicio 2010, por ingresos no declarados en el ejercicio originados por la prestación de servicios mediante el uso de páginas web, asimismo, determinó la comisión de las infracciones tipificadas en los numerales 1 del artículo 176º y 1 y 5 del artículo 177º del Código Tributario; emitiendo como consecuencia de ello las Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024828 a 094-003-0024852 y las Resoluciones de Multa N° 094-002-0033983 a 094-002-0033985 (fojas 692 a 728)

Que, en este sentido, corresponde determinar si el reparo en que se sustentan las referidas resoluciones de determinación y la comisión de las infracciones contenidas en las resoluciones de multa se encuentran arreglados a ley.

\* Notificados mediante acuse de recibo, de conformidad con el inciso a) del artículo 104º del Código Tributario (fojas 405, 459, 480, 489 y 604)



**Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024828 a 094-003-0024839 y 094-003-0024852**

Que de la revisión de los Anexos N° 1, 2 y 4 de las Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024828 a 094-003-0024839 (fojas 724, 726 y 727) y los Anexos N° 2 y 3 de la Resolución de Determinación N° 094-003-0024852 (fojas 696 y 697) se aprecia que la Administración reparó las bases imponibles del Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010 y el Impuesto a la Renta del ejercicio 2010, por ingresos no declarados en el ejercicio originados por la prestación de servicios mediante el uso de páginas web señalando como sustento los artículos 1º, 4º, 9º, 13º y 14º de la Ley del Impuesto General a las Ventas, y los artículos 1º, 6º y 28º de la Ley del Impuesto a la Renta, y los Anexos N° 01 y 02 del Requerimiento N° 0922140000173 y sus resultados.

Que al respecto, mediante el punto 01 del Anexo N° 01 al Requerimiento N° 0922140000173 (fajas 255 a 273) la Administración dio cuenta de lo señalado por el recurrente en respuesta a los Requerimientos N° 0922130000807 y 0922130000972<sup>3</sup> en el sentido que las transferencias que figuran en sus Cuentas Bancarias N° 285-1520691-1-11 y 285-13508867-1-85, provienen de la empresa Google INC. y otras similares todas ellas domiciliadas en el exterior por concepto de alquiler de espacios en páginas web de su titularidad, precisando que del análisis del contrato denominado "Términos y Condiciones Estándar del Programa AdSense TM Online de Google" no se aprecia ningún alquiler o arrendamiento de bien mueble intangible u otro similar, sino que se establecen condiciones y características empresariales en donde el recurrente participa como "Editor" de página web, sujeto a las condiciones y obligaciones que la empresa le impone mediante las Políticas del Programa AdSense.

Que agrega la Administración que las condiciones descritas y características plasmadas en el contrato AdSense, permiten concluir que el recurrente no alquila ni cede en uso un bien mueble intangible, sino que presta sus servicios a favor de Google mediante su página web, a partir de lo cual establece que en el ejercicio 2010, el recurrente realizó actividades empresariales que generaron rentas de tercera categoría, por lo que requirió al recurrente que de considerar que las páginas web materia de observación son intangibles sustente por escrito y documentariamente su valor y/o costo, asimismo, señaló que de la documentación exhibida por el recurrente no se desprende la existencia de una transmisión o cesión del uso o goce de derechos sobre sus páginas web, por lo que de considerarlo así deberá sustentarlo por escrito y documentariamente, asimismo, le reiteró sustentar el origen de los abonos efectuados en sus Cuentas Bancarias N° 285-1520691-1-11 y 285-13508867-1-85.

Que en respuesta a las observaciones realizadas por la Administración, el recurrente presentó el escrito de 7 de mayo de 2014 (fojas 226 a 253) en el que señaló que las rentas obtenidas por la Cesión de sus páginas web corresponden a rentas de primera categoría, por lo que no le corresponde acreditar el valor y/o costo de las mismas, siendo que en su calidad de persona natural sin negocio no realizó ninguna actividad empresarial, y adjuntó hojas de transferencia internacional referidas a los abonos efectuados en sus bancarias.

Qué asimismo, indicó el recurrente que sus páginas web son páginas que contienen enlaces o links de otras páginas web, que derivan a las mismas, no pudiéndose a partir de ello determinar que realice ventas de productos o comercio electrónico, asimismo, quien realiza el servicio de publicidad es Google utilizando su página web, que cede un espacio para la colocación de anuncios publicitario, no obstante no tiene manejo sobre los mismos, por lo que los ingresos que percibe califican como rentas de primera categoría al corresponder al pago por la Cesión de un espacio en su página web.

Que en el punto 01 del Anexo N° 01 al Resultado del Requerimiento N° 0922140000173 (fojas 176 a 221) la Administración dejó constancia de lo señalado por la recurrente y a partir de la documentación presentada elaboró los Cuadros N° 1 y 2 (fojas 197 y 198) respecto a los depósitos efectuados

<sup>3</sup> Mediante los Requerimientos N° 0922130000807 y 0922130000972 la Administración solicitó al recurrente que indique por escrito y en forma detallada el origen de las remesas y/o transferencias recibidas provenientes del país o del exterior en sus Cuentas Bancarias N° 285-1520691-1-11 y 285-13508867-1-85.



a favor del recurrente en sus cuentas bancarias, y a partir de ellos determinó el importe de los ingresos por servicios comerciales no declarados por el recurrente para efectos del Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010, detallando los mismos en el Anexo N° 02 al Resultado del Requerimiento N° 0922140000173 de acuerdo a lo siguiente:

Cta Cte Dolares	Fecha	Depositante	Importe US\$	Importe S/.	IGV 19%
	13.01		50 841,20	144 795,74	27 511,00
285-1520691-1-11	14.01		6 846,25	18 459,87	3 507,00
285-13508867-1-85	19.01		3 915,09	11 154,09	2 119,00
285-13508867-1-85		<b>TOTAL ENERO 2010</b>			33 137,00
	05.02		3 717,80	10 629,19	2 020,00
285-13508867-1-85	17.02		34 753,90	98 979,11	18 806,00
285-1520691-1-11	18.02		6 689,27	19 898,45	3 781,00
285-13508867-1-85		<b>TOTAL FEBRERO 2010</b>			24 607,00
	03.03		3 491,52	9 926,39	1 866,00
285-13508867-1-85	04.03		6 691,56	19 017,41	3 613,00
285-13508867-1-85	09.03		2 178,11	6 183,65	1 175,00
285-13508867-1-85	11.03		3 909,24	11 094,42	2 108,00
285-13508867-1-85	19.03		4 149,88	11 773,21	2 237,00
285-13508867-1-85		<b>TOTAL MARZO 2010</b>			11 019,00
	14.04		8 757,02	24 286,15	4 717,00
285-13508867-1-85	19.04		3 843,85	10 897,31	2 070,00
285-13508867-1-85	28.04		14 122,32	40 192,12	7 637,00
285-13508867-1-85		<b>TOTAL ABRIL 2010</b>			14 424,00
	03.05		3 366,63	9 584,80	1 821,00
285-13508867-1-85	04.05	"	457,81	1 302,01	247,00
285-13508867-1-85	07.05	"	1 090,66	3 109,47	591,00
285-13508867-1-85	25.05	"	3 252,46	9 256,46	1 758,00
285-1520691-1-11	28.05	-	3 128,97	8 908,18	1 693,00
285-13508867-1-85		<b>TOTAL MAYO 2010</b>			21 940,00
	03.06		2 892,77	8 224,15	1 563,00
285-13508867-1-85	18.06		2 844,41	2 844,41	1 532,00
285-13508867-1-85		<b>TOTAL JUNIO 2010</b>			3 095,00
	06.07		2 972,18	8 390,46	1 594,00
285-13508867-1-85	08.07		3 873,37	10 934,52	2 078,00
285-13508867-1-85	09.07		2 767,00	7 811,24	1 484,00
285-13508867-1-85	21.07		3 196,89	9 024,82	1 715,00
285-13508867-1-85	21.07		10 001,61	28 234,55	5 365,00
285-13508867-1-85		<b>TOTAL JULIO 2010</b>			12 236,00
	03.08	"	2 822,10	7 949,86	1 510,00
285-13508867-1-85	09.08	"	2 274,00	6 369,47	1 210,00
285-13508867-1-85	20.08		3 196,52	8 950,26	1 701,00
285-13508867-1-85		<b>TOTAL AGOSTO 2010</b>			4 421,00
285-13508867-1-85	02.09		3 351,80	9 364,93	1 779,00
285-13508867-1-85	08.09		2 517,00	7 032,50	336,00
285-13508867-1-85	30.09		2 443,05	6 808,78	1 294,00
		<b>TOTAL SETIEMBRE 2010</b>			4 409,00
285-13508867-1-85	01.10		3 379,23	9 417,91	1 789,00
285-13508867-1-85	05.10		1 125,64	3 139,41	596,00
285-13508867-1-85	07.10		2 842,00	7 926,34	1 506,00
285-13508867-1-85	07.10		4 932,78	13 757,52	2 614,00
		<b>TOTAL OCTUBRE 2010</b>			6 505,00
285-13508867-1-85	02.11		1 547,56	4 326,98	822,00
285-13508867-1-85	02.11		17 775,09	49 699,15	9 443,00
285 1350 867 1 5	05 11		3 617 00	10 098 66	1 919,0
285-13508867-1-85	24 11		2 513 34	7 067,51	1 343,0
		<b>TOTAL NOVIEMBRE 2010</b>			15 131,0
285-13508867-1-85	07.12		2 992,00	8 443,42	1 604,0
285-13508867-1-85	30.12		231,23	649,29	123,0
285-13508867-1-85	30.12		4 027,89	11 310,32	2 149,0
		<b>TOTAL DICIEMBRE 2010</b>			3 876,0
<b>Total ingresos omitidos por servicios comerciales no declarados</b>					

Que conforme lo señalado por la Administración en el citado Resultado del Requerimiento N° 0922140000173 los abonos realizados se sustentan en el Contrato AdSense celebrado con el recurrente, según el cual se aprecia que las actividades pactadas corresponden a actividades empresariales, pues en dicho contrato se establecen cláusulas donde se requiere la participación del recurrente para el funcionamiento de sus páginas web en las condiciones impuestas por Google INC, lo que genera necesariamente intervención de capital y trabajo por parte del recurrente, a partir de ello y tras realizar un análisis al contrato suscrito por el recurrente concluye la Administración que el recurrente percibió rentas de tercera categoría por servicios comerciales, de acuerdo a lo establecido en el inciso a) del artículo 28° de la Ley del Impuesto a la Renta.

Que, en cuanto al Impuesto General a las Ventas, la Administración refiere que los servicios brindados por el recurrente se encuentran afectos al citado impuesto, de acuerdo a lo señalado en el inciso b) del artículo 1° de la Ley del Impuesto General a las Ventas.

Que teniendo en cuenta lo expuesto, corresponde establecer si los depósitos del extranjero efectuados a favor del recurrente en sus cuentas bancarias, se originan como consecuencia de servicios comerciales no declarados por el recurrente para efectos del Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010. Impuesto a la Renta

Que conforme se ha señalado precedentemente, la Administración reparó los depósitos efectuados en las cuentas del recurrente durante el ejercicio 2010 por todas ellas no domiciliadas, sustentando su observación en el análisis del Contrato AdSense, siendo que las actividades pactadas corresponden a actividades empresariales, al requerirse la participación del recurrente para el funcionamiento de sus páginas web en las condiciones impuestas por lo que genera necesariamente intervención de capital y trabajo por su parte, por lo que el recurrente no percibió rentas de primera categoría provenientes del alquiler de espacios en su página web, sino rentas de tercera categoría por servicios comerciales, de acuerdo a lo establecido en el inciso a) del artículo 28° de la Ley del Impuesto a la Renta.

Que obra en autos (fojas 12 a 21) el contrato denominado "Términos y Condiciones Estándar del Programa AdSense TM Online de Google" aludido por el recurrente en calidad de "Editor", según éste mismo reconoce haber suscrito (foja 902) , según el cual el "editor" acepta que Google pueda colocar publicidad y/u otros contenidos propios o de terceros (Anuncios), así como consultas asociadas de Google, resultados de búsquedas realizadas en sitios o en la web de Google y anuncios de referencia a Google en las páginas web de su propiedad, comprometiéndose "el Editor" a cumplir las especificaciones que le proporcione dicha empresa periódicamente para permitir la correcta publicación, visualización, seguimiento y elaboración de informes de anuncios.

Que en el punto 4 del referido contrato se establece que el "el Editor" es responsable exclusivo de su propiedad (página .web), incluyendo todo el contenido y materiales, el mantenimiento y funcionamiento, de la correcta implementación de las especificaciones de la empresa y del cumplimiento de los términos del contrato, asimismo, dicho punto precisa que dicha empresa no asume responsabilidad alguna sobre ningún aspecto relacionado con la propiedad (página web) incluyendo sin carácter limitativo, la recepción de consultas de usuarios finales de su propiedad, o la transmisión de datos entre su propiedad y Google.

Que en el punto 11 sobre el pago, se indica que el pago que se recibirá se basará en el número de clics válidos en anuncios, impresiones válidas de anuncios, y/o cualquier otro evento realizado con relación a la publicación de anuncios en su propiedad (página web), precisándose que es obligación de "el Editor" el pago de todos los impuestos o los cargos que le sean aplicables por cualquier entidad gubernamental en relación a su participación en el programa AdSense.

Que en el punto 12 se indica que "el Editor" acepta que la empresa utilice su nombre, marcas y logotipo, (para lo cual otorga la licencia correspondiente) en presentaciones, material de marketing, listado de clientes publicados en sitios web, páginas de resultados de búsqueda, y páginas de referencia, asimismo, el punto 15 se indica que la empresa es propietaria de todos los derechos, títulos e intereses, incluidos, sin carácter limitativo respecto del programa AdSense, y que "el Editor" no adquiere ningún derecho, título o interés sobre el mismo programa.

Que en el punto 18 se establece que "el Editor" no podrá revender, ceder ni transferir ninguno de sus derechos en virtud del citado contrato, bajo causal resolutoria, asimismo se indica que la relación entre la empresa y el recurrente no es una relación de asociación legal sino una relación entre contratistas independientes.

Que de acuerdo al inciso a) del artículo 1° del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta

aprobado por el Decreto Supremo N° 179-2004-EF dicho impuesto grava las rentas que provengan del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores, entendiéndose como tales aquéllas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos.

Que el artículo 3° de la aludida ley prevé que constituye renta gravada, cualquiera sea su denominación, especie o forma de pago, los resultados de la venta, cambio o disposición habitual de bienes; siendo que en general, constituye renta gravada de las empresas, cualquier ganancia o beneficio derivado de operaciones con terceros, así como el resultado por exposición a la inflación determinado conforme a la legislación vigente.

Que según el artículo 6° de la citada ley, están sujetas al impuesto la totalidad de las rentas gravadas que obtengan los contribuyentes que, conforme a las disposiciones de esta ley, se consideran domiciliados en el país, sin tener en cuenta la nacionalidad de las personas naturales, el lugar de constitución de las jurídicas, ni la ubicación de la fuente productora.

Que sobre el particular, el artículo 22° de la Ley del Impuesto a la Renta, señala que para los efectos del impuesto, las rentas afectas de fuente peruana se califican en las siguientes categorías: (i) Primera: rentas producidas por el arrendamiento, subarrendamiento y cesión de bienes, (ii) Segunda: rentas de otros capitales, (iii) Tercera: rentas del comercio, la industria y otras expresamente consideradas por la Ley, (iv) Cuarta: rentas del trabajo independiente, y (v) Quinta: rentas del trabajo en relación de dependencia, y otras rentas del trabajo independiente expresamente señaladas por la ley.

Que de acuerdo con el inciso b) del artículo 23° de la citada Ley, son rentas de primera categoría las producidas por la locación o cesión temporal de cosas muebles o inmuebles, no comprendidos en el inciso a), así como los derechos sobre éstos.

Que de otro lado, los incisos a) y g) del artículo 28° de la citada Ley preceptúa que son rentas de tercera categoría las derivadas del comercio, la industria o minería; de la explotación agropecuaria, forestal, pesquera o de otros recursos naturales; de la prestación de servicios comerciales, industriales o de índole similar, como transportes, comunicaciones, sanatorios, hoteles, depósitos, garajes, reparaciones, construcciones, bancos, financieras, seguros, fianzas y capitalización; y, en general, de cualquier otra actividad que constituya negocio habitual de compra o producción y venta, permuta o disposición de bienes (a) y cualquier otra renta no incluida en las demás categorías (g).

Que de las normas expuestas y de acuerdo al criterio establecido por este Tribunal en la Resolución N° 11510-3-2009, la categorización de las rentas establecida en nuestra legislación se sustenta en la distinción básica entre rentas del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores; las rentas de primera y segunda categoría provienen principalmente del capital inmobiliario y mobiliario, las rentas de cuarta y quinta categoría provienen del trabajo, dependiente e independiente y las rentas de tercera categoría del comercio, la industria y similares, es decir, de la combinación de los factores capital y trabajo (artículos 1° y 22° de la Ley del Impuesto a la Renta).

Que a partir de ello que se señale que las rentas de primera categoría son rentas pasivas, que involucran principalmente el capital de su perceptor, mientras que las rentas de tercera categoría necesariamente involucran la combinación de capital y trabajo, es decir, el ejercicio de actividad empresarial por parte de su perceptor.

Que en el caso materia de análisis, tanto la Administración como el recurrente coinciden en que este último es el titular (propietario) de diversas páginas web como son: [www.portaldeayuda.com](http://www.portaldeayuda.com) (foja 97), [www.znoticias.com](http://www.znoticias.com) (foja 108), [www.noticiascristianas.me](http://www.noticiascristianas.me) (foja 111), [www.buscatube.com](http://www.buscatube.com) (foja 115), que inscribió en el Programa AdSense TM Online de Google, suscribiendo el contrato materia de comentario, estando únicamente en controversia si los ingresos que percibe el recurrente constituyen rentas de tercera categoría (servicios comerciales).

Que conforme al referido contrato, el recurrente en calidad de propietario de las páginas web acepta que dicha empresa coloque publicidad y/o anuncios de terceros, así como consultas asociadas de Google, resultados de búsquedas realizadas en sitios o en la web de Google y anuncios de referencia a Google en la página web de su propiedad, pactándose un pago a favor del recurrente según el número de clics válidos en anuncios, impresiones válidas de anuncios, y/o cualquier otro evento realizado con relación a la publicación de anuncios en su página web, asumiendo el recurrente un rol activo respecto a su página web, en el sentido que se compromete a su mantenimiento y funcionamiento, a subir contenidos y materiales, dentro de los parámetros permitidos, y a la implementación de las especificaciones de dicha empresa y del cumplimiento de los términos del contrato.

Que a partir de lo expuesto, se aprecia que el servicio que efectúa el recurrente de sus páginas web a favor de la empresa a fin de que ésta pueda colocar publicidad y/u otros contenidos propios o de terceros (Anuncios), requiere que éste intervenga permanentemente para lograr el mantenimiento, funcionamiento y actualización de su contenido, que la página se encuentre activa y actualizada, esto es, subir contenidos y materiales, e implementar las especificaciones de la empresa, siendo evidente que su mantenimiento y funcionamiento requiere una estructura y organización de trabajo, todo ello con el objeto de lograr mantener y/o incrementar el número de clics que le permitirán mantener la fuente generadora de renta.

Que, en tal sentido, al apreciarse de parte del recurrente la utilización conjunta de capital y trabajo para el mantenimiento e implementación de su propiedad (páginas web) las rentas generadas por tal actividad corresponden que sean consideradas como de tercera categoría, careciendo de sustento lo alegado por el recurrente en sentido contrario.

Que, en consecuencia, el reparo efectuado por la Administración respecto del Impuesto a la Renta del ejercicio 2010 se encuentra arreglado a ley, correspondiendo mantenerlo y confirmar la apelada en dicho extremo.

### **Impuesto General a las Ventas**

Que en cuanto al Impuesto General a las Ventas, conforme se ha indicado la Administración refiere que los servicios brindados por el recurrente a Google INC y empresas similares se encuentra afecta al citado impuesto de acuerdo a lo señalado en el inciso b) del artículo 1º de la Ley del Impuesto General a las Ventas. Que al respecto, el inciso b) del artículo 1º del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por Decreto Supremo N° 055-99-EF, establece que el Impuesto General a las Ventas grava la prestación o utilización de servicios en el país.

Que el numeral 1 del inciso c) del artículo 3º de la citada Ley, define a los servicios como toda prestación que una persona realiza para otra y por la cual percibe una retribución o ingreso que se considere renta de tercera categoría para los efectos del Impuesto a la Renta, aun cuando no esté afecto a este último impuesto, incluidos el arrendamiento de bienes muebles e inmuebles y el arrendamiento financiero.

Que el segundo párrafo del referido numeral señala que deberá entenderse que el servicio es prestado en el país cuando el sujeto que lo presta se encuentra domiciliado en él para efecto del Impuesto a la Renta, sea cual fuere el lugar de celebración del contrato o del pago de la retribución.

Que sobre el particular, este Tribunal en las Resoluciones N° 05130-5-2002 y 08296-1-2004 ha señalado que la definición de servicios contenida en la Ley del Impuesto General a las Ventas es bastante amplia, pues el término prestación comprende las obligaciones de dar (salvo aquéllas en las que se da en propiedad el bien, en cuyo caso estaríamos ante una venta), y las de hacer y de no hacer, requiriéndose para tal efecto la confluencia de los siguientes requisitos: a) Que se trate de una prestación realizada por una persona para otra, b) Que la persona que efectúa la prestación perciba una retribución o ingreso y c) Que el ingreso sea considerado como renta de tercera categoría, aun cuando no esté afecto al Impuesto a la Renta.

Que en el caso materia de análisis, y conforme se ha señalado precedentemente el recurrente en calidad de "Editor", es el titular (propietario) de diversas páginas web como son: [www.portaldeayuda.com](http://www.portaldeayuda.com), [www.znoticias.com](http://www.znoticias.com), [www.noticiascristianas.me](http://www.noticiascristianas.me), y [www.buscatube.com](http://www.buscatube.com), en las cuales Google y otras empresa similares han colocado publicidad y/o anuncios de terceros, así como consultas asociadas, resultados de búsquedas realizadas en sitios o en la web de Google y anuncios de referencia a Google en las páginas web de su propiedad, por lo que se verifica el supuesto de la prestación realizada por una persona para otra, y siendo que el recurrente es un domiciliado en el país, se entiende que el servicio es prestado en el país.

Qué, asimismo, por esa prestación se pactó un pago a favor del recurrente según el número de clics válidos en anuncios, impresiones válidas de anuncios, y/o cualquier otro evento realizado con relación a la publicación de anuncios en sus páginas web, verificándose los depósitos efectuados en sus cuentas corrientes, por lo que se verifica que la persona que efectuó la prestación (el recurrente) percibió una retribución o ingreso.

Que respecto al requisito que el ingreso sea considerado como renta de tercera categoría, conforme el análisis efectuado en el extremo correspondiente al Impuesto a la Renta del ejercicio 2010, los depósitos efectuados en la cuenta del recurrente durante el ejercicio 2010 por Google INC y empresas similares constituyen renta de tercera categoría según la legislación del Impuesto a la Renta, por lo que los

servicios comerciales respecto de sus páginas web brindados por el recurrente se encuentren afectos al Impuesto General a las Ventas, por lo que corresponde mantener el reparo y confirmar la apelada en este extremo.

Que de otro lado cabe indicar que el recurrente solicita la nulidad del procedimiento de fiscalización y de los valores debido a que en los requerimientos la Administración ha efectuado reparos por ingresos omitidos originados por la prestación de servicios mediante el uso de páginas web, sin precisar de manera correcta si la determinación de su deuda se realizó sobre base presunta o sobre base cierta, lo que genera una falta de congruencia que vulnera su derecho de defensa y acarrea la nulidad de lo actuado; cabe señalar que de la revisión de los Anexos N° 1, 2 y 4 de las Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024828 a 094-003-0024839 (fojas 724, 726 y 727) y los Anexos N° 2 y 3 de la Resolución de Determinación N° 094-003-0024852 (fojas 696 y 697) se aprecia que la Administración reparó las bases imponibles del Impuesto General a las Ventas de enero a diciembre de 2010 y el Impuesto a la Renta del ejercicio 2010, por ingresos no declarados en el ejercicio originados por la prestación de servicios mediante el uso de páginas web señalando como sustento los artículos 1º, 4º, 9º, 13º y 14º de la Ley del Impuesto General a las Ventas, y los artículos 1º, 6º y 28º de la Ley del Impuesto a la Renta, es decir efectuó la determinación de la deuda sobre base cierta, asimismo, en la resolución apelada (fojas 851 a 868) la Administración efectúa el análisis precisando que la determinación de ingresos omitidos se realizó sobre base cierta de acuerdo con el numeral 1 del artículo 63º del Código Tributario, por lo que tales alegatos carecen de sustento.

Qué asimismo, el recurrente plantea la nulidad del procedimiento de fiscalización debido a que el Requerimiento N° 0922130000865 mediante el cual se le reiteró la solicitud de exhibición de diversa documentación no atendida en los Requerimientos N° 0921130000560 y 0922130000807, nunca fue cerrado; sin embargo, conforme se aprecia de autos, el Requerimiento N° 0922130000865 fue dejado sin efecto por la propia Administración mediante el Requerimiento N° 0922130000972 (foja 456) mediante el cual además se reiteró la solicitud de exhibición de la documentación a que se referían los Requerimientos N° 0921130000560 y 0922130000807, por lo que la nulidad alegada carece de sustento.

Que respecto al hecho que primero se le inició como una fiscalización definitiva como persona natural por el ejercicio 2010 y que, sin justificación alguna la Administración le inició una nueva fiscalización respecto del Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta del mismo ejercicio 2010, no habiendo cumplido con informarle las circunstancias que ameritan la ampliación de la fiscalización conforme el procedimiento establecido en los incisos b) y f) del artículo 3º del Reglamento de Fiscalización y que el procedimiento de fiscalización es único, integral y definitivo; cabe señalar que conforme se aprecia de autos (fojas 593 a 602), la Administración inició un proceso de fiscalización al recurrente respecto a sus rentas de persona natural del año 2010, y posteriormente, inició un nuevo procedimiento de fiscalización respecto al Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta del ejercicio 2010, el cual constituye un procedimiento de fiscalización distinto, lo que se encuentra arreglado a Ley, siendo preciso indicar que de acuerdo con el inciso f) del artículo 14º de la Ley del Impuesto a la Renta, son contribuyentes del impuesto, como personas jurídicas, entre otros, las empresas unipersonales, por lo que en caso de personas naturales con negocio, la Administración se encuentra facultada a fiscalizarlas por sus rentas como persona natural y por sus rentas de tercera categoría como empresa unipersonal, por lo que lo alegado por el recurrente carece de sustento.

Que respecto al hecho que el Requerimiento N° 0922140000173 le fue notificado el 1 de febrero y 29 de abril de 2014, y que el Resultado del Requerimiento N° 0922130000972 le fue notificado el 29 de agosto y 2 de setiembre de 2014, lo que resulta incongruente y vulnera el debido procedimiento administrativo, cabe señalar que la primera notificación del Requerimiento N° 0922140000173 fue dejada sin efecto siendo válida la segunda notificación (fojas 405 y 275), no siendo relevante en el presente caso si la notificación del Resultado del Requerimiento N° 0922130000972 se efectuó en una o en dos oportunidades, no apreciándose vulneración a los principios y derechos aludidos por el recurrente.

Que en cuanto a lo alegado por el recurrente sobre que los Resultados de los Requerimientos N° 0922130000865, 0922130000972 y 0922140000173 fueron cerrados en una fecha distinta a la señalada incumpliendo el procedimiento establecido en el inciso b) del artículo 8º del Reglamento de Fiscalización, cabe señalar que mediante la Resolución N° 08716-10-2017, que constituye precedente de observancia obligatoria, este Tribunal ha establecido que *"En el caso del segundo y demás requerimientos de fiscalización, si el sujeto fiscalizado presenta y/o exhibe parcialmente lo solicitado, el cierre del requerimiento se efectuará una vez culminada la evaluación de la documentación o información presentada"*, en tal sentido, el hecho que la Administración no haya cerrado los requerimientos el mismo

día programado para ello, pese a que la recurrente habla cumplido con presentar parcialmente la información y/o documentación solicitada, no acarrea la nulidad del procedimiento de fiscalización por cuanto requería la evaluación de la documentación presentada

#### **Resolución de Multa N° 094-002-0033983**

Que la Resolución de Multa N° 094-002-0033983 (fojas 694 y 695), fue emitida por la comisión de la infracción tipificada en el numeral 1 del artículo 176° del Código Tributario, at no haberse presentado la declaración que contiene la determinación de la deuda tributaria del Impuesto a la Renta del ejercicio 2010.

Que según el numeral 1 del artículo 176° del Código Tributario, modificado por Decreto Legislativo N° 953, constituye infracción no presentar las declaraciones que contengan la determinación de la deuda tributaria dentro de los plazos establecidos.

Que de acuerdo al artículo 79° de la Ley del Impuesto a la Renta, los contribuyentes que obtuvieran rentas computables deberán presentar declaración jurada de las rentas obtenidas en el ejercicio gravable.

Que, en el caso de autos, la Administración sustenta la obligación del recurrente de presentar la declaración que contiene la determinación de la deuda tributaria del impuesto a la Renta del ejercicio 2010, en lo actuado en la fiscalización y en la emisión de la Resolución de Determinación N° 094-003-0024852 emitida por el Impuesto a la Renta del ejercicio 2010.

Que al haberse establecido que el recurrente percibió rentas de tercera categoría durante el ejercicio 2010 y mantenido el reparo que sustenta la Resolución de Determinación N° 094-003-0024852, que a su vez sustenta la comisión de la infracción tipificada en el numeral 1 del artículo 176° del Código Tributario, corresponde fallar en el mismo sentido respecto de la Resolución de Multa N° 094-002-0033983, y en consecuencia confirmar la apelada en dicho extremo.

Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024840 a 094-003-0024851 y las Resoluciones de Multa N° 094-002-0033984 y 094-002-0033985

Que las Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024840 a 094-003-0024851 y las Resoluciones de Multa N° 094-002-0033984 y 094-002-0033985 (fojas 692, 693 y 700 a 712), fueron emitidas por los pagos a cuenta del impuesto a la Renta de enero a diciembre de 2010 y por las infracciones tipificadas en los numerales 1 y 5 del artículo 177° del Código Tributario.

Que mediante el artículo 11<sup>o4</sup> del Decreto Legislativo N° 1257<sup>5</sup>, vigente a partir del 9 de diciembre del 2016, en concordancia con la Sexta Disposición Complementaria Final del Decreto Legislativo N° 1311<sup>6</sup> se reguló la extinción de las deudas tributarias pendientes de pago correspondientes a los deudores

<sup>4</sup> El Artículo 11° Extinción de deudas:

11.1 Extinganse las deudas tributarias pendientes de pago a la fecha de vigencia del presente decreto legislativo, inclusive las multas y las deudas contenidas en liquidaciones de cobranza y liquidaciones referidas a las declaraciones aduaneras, por los tributos cuya administración tiene a su cargo la SUNAT, cualquiera fuera su estado, correspondiente a los deudores tributarios a que se refiere el artículo 5, siempre que, por cada tributo o multa, ambos por período, o liquidación de cobranza o liquidación referida a la declaración aduanera, la deuda tributaria actualizada al 30 de setiembre de 2016, fuera menor a S/ 3 950,00 (tres mil novecientos cincuenta y 00/100 soles).

11.2 Tratándose de deuda tributaria expresada en dólares estadounidenses, para determinar si son menores a S/ 3 950,00 (tres mil novecientos cincuenta y 00/100 soles), se calculará dicha deuda Utilizando el tipo de cambio de S/ 3,403 (tres y 403/1000 soles).

11.3 Lo dispuesto en el párrafo 11.1 se aplica a las deudas tributarias acogidas a fraccionamiento, cuando el saldo pendiente de pago al 30 de setiembre de 2016 sea menor a S/ 3 950,00 (tres mil novecientos cincuenta y 00/100 soles).

11.4 Si el saldo pendiente de pago de un fraccionamiento a que se refiere el párrafo anterior se encuentra expresado en dólares estadounidenses, para efectos de determinar si es menor a S/ 3 950, 00 (tres mil novecientos cincuenta y 00/100 soles), se calculará dicha deuda utilizando el tipo de cambio de S/ 3,403 (tres y 403/1000 soles).

11.5 No se aplica lo dispuesto en el presente artículo a las deudas señaladas en el artículo 4, ni a aquellas de los sujetos a que se refiere el artículo 6.

Publicado en el Diario Oficial El Peruano el 8 de diciembre de 2016.

Publicado en el Diario Oficial El Peruano el 30 de diciembre de 2016.

tributarios señalados en el artículo 5° del citado decreto, siempre que, por cada tributo o multa, ambos por período, o liquidación de cobranza o liquidación referida a la declaración aduanera, la deuda tributaria actualizada al 30 de setiembre de 2016, fuera menor a S/ 3 950,00 y que no se encuentre dentro de los

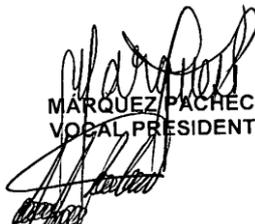
supuestos señalados en el artículo 4º

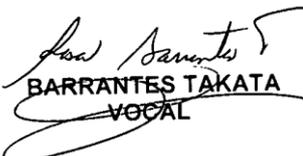
Que de acuerdo al artículo 12º de la citada norma, tratándose de deudas impugnadas ante el Tribunal Fiscal o el Poder Judicial, la Administración comunicará a dichas entidades respecto de la extinción de deudas.

Que, en el presente caso, mediante Oficio N° 054-2017-SUNAT/600000 de 10 de abril de 2017 (foja 1003), la Administración informó que la deuda contenida en las Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024840 a 094-003-0024851 y las Resoluciones de Multa N° 094-002-0033984 y 094-002-0033985 se encuentra extinguida, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 11º del Decreto Legislativo N° 1257. Que estando a lo comunicado por la Administración, corresponde revocar la apelada en este extremo. Con las vocales Márquez Pacheco y Barrantes Takata, e interviniendo como ponente la vocal Terry Ramos.

**RESUELVE:**

1. **CONFIRMAR** la Resolución de Intendencia N° 096-014-0007910/SUNAT de 21 de abril de 2015, en dicho extremo de las Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024828 a 094-003-0024839 y 094-003-0024852 y la Resolución de Multa N° 094-002-0033983.
2. **REVOCAR** la Resolución de Intendencia N° 096-014-0007910/SUNAT de 21 de abril de 2015, en el extremo referido a las intencencias Resoluciones de Determinación N° 094-003-0024840 a 094-003-0024851 y las Resoluciones de Multa N° 094-002-0033984 y 094-002-0033985, conforme a lo expuesto en la presente resolución.

  
MÁRQUEZ PACHÉCO  
VOCAL PRESIDENTE  
  
Jiménez Suárez  
Secretaria Relatora  
TR/JS/GE/jcs.

  
BARRANTES TAKATA  
VOCAL

  
TERRY RAMOS  
VOCAL